

**UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCIÓN: COMUNICACIONES PUBLICITARIAS
TRABAJO DE GRADO**

**INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA REALIZACIÓN
DE UNA REVISTA DIGITAL DE CORTE *UNDERGROUND***

Trabajo de investigación presentado por:

María José FERREIRA DE ABREU

Y

Daniela Alejandra LÓPEZ BORRELLI

**A la Escuela de Comunicación Social
como requisito parcial para obtener el título de
Licenciadas en Comunicación Social**

Tutor:

Jorge EZENARRO

Caracas, 16 de Abril de 2012

Formato G:

Planilla de evaluación

Fecha: _____

Escuela de Comunicación Social

Universidad Católica Andrés Bello

En nuestro carácter de Jurado Examinador del Trabajo de Grado titulado:

dejamos constancia de que una vez revisado y sometido éste a presentación y evaluación, se le otorga la siguiente calificación:

Calificación Final: En números _____ En letras: _____

Observaciones _____

Nombre:

Presidente del Jurado

Tutor

Jurado

Firma:

Presidente del Jurado

Tutor

Jurado

“A Dios, por darme la oportunidad de vivir,
por guiarme en cada paso
y colocarme siempre en el lugar indicado.
A mi familia y amigos, por brindarme su amor, su cariño,
su paciencia y su apoyo incondicional.
A Richard Dos Santos, por su amor, por su confianza
y por alentarme a seguir adelante.
A Daniela y a Alejandra, por animarme en todo momento de debilidad
y darme fuerzas para alcanzar mis metas”.

María José Ferreira

“A Dios.

A mi mamá.

A mi papá, mi ángel.

A mi hermana.

A Renny Ortiz.

A mis tías Ángeles y Suzana”.

Dedicatoria Daniela López.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por ser nuestra guía y acompañarnos a lo largo de nuestras vidas. Por ser fuente de esperanza, sabiduría y fortaleza.

A la Universidad Católica Andrés Bello por abrirnos sus puertas, ofrecernos un espacio para el estudio y brindarnos los conocimientos necesarios para poder obtener el título de licenciadas en Comunicación Social.

A nuestro tutor, Jorge Ezenarro, por su cariño, su paciencia, su ayuda y su crítica siempre oportuna.

A nuestra familia, por el apoyo, el cariño y la confianza que nos han brindado durante todos estos años.

A todas aquellas personas que de una u otra forma han colaboraron con la consecución de este logro.

ÍNDICE DE CONTENIDO

I.	INTRODUCCIÓN.....	10
II.	MARCOS.....	12
2.1	MARCO CONCEPTUAL.....	12
2.1.1	Producción editorial.....	12
2.1.1.1	Producción editorial y sus características.....	12
2.1.1.2	Política editorial.....	12
2.1.1.3	Diseño editorial.....	13
2.1.1.4	Manual de estilo.....	15
2.1.1.5	Características de una revista como publicación.....	15
2.1.2	La revista.....	16
2.1.2.1	La revista y sus características.....	16
2.1.2.2	Clasificación de las revistas.....	17
2.1.2.3	Ventajas y desventajas de las revistas.....	19
2.2	MARCO REFERENCIAL.....	23
2.2.1	La revista digital.....	23
2.2.1.1	La revista digital: ventajas y desventajas.....	23
2.2.1.2	Inversiones de la revista digital en Venezuela.....	25
2.2.2	El término <i>underground</i> en Venezuela.....	26
2.2.2.1	Definición del término <i>underground</i>	26
2.2.2.2	La cultura <i>underground</i> en Venezuela.....	28
2.2.3	Acceso a Internet.....	31
2.2.3.1	Clases sociales y acceso a Internet.....	31
III.	MÉTODO.....	33
3.1	Modalidad de la investigación.....	33
3.2	Tipo de investigación.....	33
3.3	Diseño de la investigación.....	34
3.4	Establecimiento de objetivos.....	35
3.4.1	Objetivo general.....	35
3.4.2	Objetivos específicos.....	35
3.5	Sistema de variables.....	36
3.6	Operacionalización de variables.....	36
3.6.1	Cuadro técnico-metodológico de las variables.....	36
3.7	Búsqueda de información secundaria.....	39
3.8	Unidades de análisis, población y muestra.....	40

ÍNDICE DE CONTENIDO

3.8.1	Determinación de las unidades de análisis.....	40
3.8.2	Definición de la población de interés.....	40
3.8.3	Escogencia del marco de muestreo.....	41
3.8.4	Selección del método de muestreo.....	41
3.8.5	Determinación del tamaño de la muestra.....	42
3.8.6	Ejecución del plan.....	43
3.9	Instrumentos.....	44
3.10	Validación y ajuste.....	45
3.11	Criterios de análisis.....	52
IV.	DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	55
V.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	84
5.1	Características del público universitario.....	84
5.2	Debilidades y fortalezas de las revistas.....	90
5.3	Elementos de una revista digital <i>underground</i>	93
VI.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	98
VII.	BIBLIOGRAFÍA.....	93
VIII.	ANEXOS	
	Anexos A. Instrumentos.	
	Anexos B. Entrevistas a expertos en producción editorial.	
	Anexos C. Tablas y gráficos.	
	Anexos D. Tablas y gráficos (UCV).	
	Anexos E. Tablas y gráficos (UCAB).	
	Anexos F. Tablas y gráficos (IDC).	
	Anexos G. Tablas y gráficos (CA).	
	Anexos H. Cruce: Edad.	
	Anexos I. Cruce: Sexo.	
	Anexos J. Cruce: Sexo (UCV).	
	Anexos K. Cruce: Sexo (UCAB).	
	Anexos L. Cruce: Sexo (IDC).	
	Anexos M. Cruce: Sexo (CA).	
	Anexos N. Cruce: Sexo y tipos de revistas.	
	Anexos Ñ. Cruce: Te identificas con ese estilo.	
	Anexos O. Cruce: Término <i>underground</i> .	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Resumen de las Edades de los Encuestados</i>	55
Tabla 2. <i>Resumen de Tipo de Revistas</i>	57
Tabla 3. <i>Resumen de Tipo de Revistas UCV</i>	57
Tabla 4. <i>Resumen de Tipo de Revistas UCAB</i>	58
Tabla 5. <i>Resumen de Tipo de Revistas IDC</i>	58
Tabla 6. <i>Resumen de Tipo de Revistas CA</i>	59
Tabla 7. <i>Resumen de la Frecuencia del Uso de Internet</i>	60
Tabla 8. <i>Resumen de la Frecuencia del Uso de Internet UCV</i>	60
Tabla 9. <i>Resumen de la Frecuencia del Uso de Internet UCAB</i>	61
Tabla 10. <i>Resumen de la Frecuencia del Uso de Internet IDC</i>	61
Tabla 11. <i>Resumen de la Frecuencia del Uso de Internet CA</i>	61
Tabla 12. <i>Resumen de los Tipo de Páginas Web que Visitan</i>	62
Tabla 13. <i>Resumen de los Tipo de Páginas Web que Visitan UCV</i>	62
Tabla 14. <i>Resumen de los Tipo de Páginas Web que Visitan UCAB</i>	63
Tabla 15. <i>Resumen de los Tipo de Páginas Web que Visitan IDC</i>	63
Tabla 16. <i>Resumen de los Tipo de Páginas Web que Visitan CA</i>	63
Tabla 17. <i>Resumen de la Asistencia a Eventos</i>	69
Tabla 18. <i>Resumen de la Asistencia a Eventos UCV</i>	69
Tabla 19. <i>Resumen de la Asistencia a Eventos UCAB</i>	70
Tabla 20. <i>Resumen de la Asistencia a Eventos IDC</i>	70
Tabla 21. <i>Resumen de la Asistencia a Eventos CA</i>	70
Tabla 22. <i>Resumen de las Secciones de una Revista Digital de Corte Underground</i>	71
Tabla 23. <i>Resumen de las Secciones de una Revista Digital de Corte Underground UCV</i>	72
Tabla 24. <i>Resumen de las Secciones de una Revista Digital de Corte Underground UCAB</i>	72
Tabla 25. <i>Resumen de las Secciones de una Revista Digital de Corte Underground IDC</i>	73
Tabla 26. <i>Resumen de las Secciones de una Revista Digital de Corte Underground CA</i>	73

ÍNDICE DE FIGURAS/GRÁFICOS

<i>Gráfico 1.</i> ¿Qué tipo de revistas prefieres leer? (Fuente de elaboración propia).....	86
<i>Gráfico 2.</i> ¿Cuáles revistas digitales conoces? (Clasificadas en categorías). (Fuente de elaboración propia).....	87
<i>Gráfico 3.</i> ¿Has asistido a alguno de estos eventos? (Fuente de elaboración propia).....	89
<i>Gráfico 4.</i> ¿Cuáles son para ti las debilidades de las revistas digitales? (Fuente de elaboración propia).....	90
<i>Gráfico 5.</i> ¿Cuáles son para ti las fortalezas de las revistas digitales? (Fuente de elaboración propia).....	92
<i>Gráfico 6.</i> ¿Cuáles de estas secciones te gustaría ver en una revista digital de corte <i>underground</i> ? (Fuente de elaboración propia).....	93
<i>Gráfico 7.</i> ¿Con cuánta frecuencia te gustaría una nueva edición de la revista? (Fuente de elaboración propia).....	95

I. INTRODUCCIÓN

Los avances tecnológicos han traído consigo una nueva forma de comunicación a través del Internet. Diferentes portales Web actualizan diariamente su información, para mantener una relación cada vez más cercana con los usuarios.

Según la página Web Pantropía:

La prensa digital se ha convertido a lo largo de estos años en una fuente de información, posiblemente una de las más importantes en nuestras vidas. La prensa digital permite mantenerse informado de todo lo que sucede en el mundo sin tener más que un ordenador y una conexión a Internet, las posibilidades son múltiples y existen páginas dedicadas a ello en numerosos sitios de todo el mundo. (<http://www.pantropia.ciberimaginario.es>, 2009, ¶ 1).

Al igual que la prensa digital, las revistas digitales forman parte de esta nueva tendencia en el mundo de las telecomunicaciones; convirtiéndose en una poderosa herramienta para compartir información interesante y privilegiada. Por eso, las grandes editoriales están utilizando este medio para hacer sus publicaciones.

Por otro lado, en el país se ha visto cómo se desarrollan y toman fuerza en los jóvenes universitarios nuevas tendencias y subculturas, que quieren dar a conocer a la sociedad sus gustos y estilos de vida.

En este sentido, el término *underground* es definido por mimagazine.mx (<http://www.mimagazine.mx>, 2011) como todos aquellos movimientos contraculturales que se consideran alternativos, paralelos, contrarios o ajenos a la cultura oficial. Además, este concepto suele aplicarse a artistas que no están auspiciados corporativamente y generalmente no quieren estarlo.

I. INTRODUCCIÓN

Reconociendo la importancia de estas nuevas tendencias, se realiza un análisis de mercado para determinar las preferencias de los estudiantes universitarios a la hora de leer revistas digitales o electrónicas de corte *underground*.

La investigación se realiza a los estudiantes universitarios de la Universidad Central de Venezuela (UCV), la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), el Instituto de Diseño de Caracas (IDC) y el Instituto de Diseño Gráfico Centro Art (CA); para la realización de una revista digital de corte *underground*, entre los meses de abril 2011 y marzo de 2012.

En este sentido, al ser un tema actual y de interés, toma importancia realizar una investigación que ayude a personas o empresas interesadas a trazar estrategias de comercialización más eficaces al momento de realizar una revista digital de este corte. Además, ayuda a conocer con precisión las inclinaciones del *target* y aumenta su valor al ser un estudio que contribuya y trascienda a futuras investigaciones.

La viabilidad para la realización de la investigación se encuentra en todas las fuentes de información existentes, tanto bibliográficas como vivas ^{y/o} electrónicas. Además, de la puesta en práctica de todas las herramientas y conocimientos adquiridos durante la formación académica.

Por último, es importante tener presente que gracias a la globalización y a las exigencias del mundo moderno, se plantea realizar esta investigación para ampliar los estudios referentes a las revistas digitales.

II. MARCOS

2.1 Marco Conceptual

2.1.1 Producción editorial

2.1.1.1 Producción editorial y sus características

La producción editorial estudia los procesos que caracterizan el desarrollo cotidiano de la tarea periodística para generar la identidad del público con el producto final. Cuando se elaboran proyectos editoriales de publicación continua se toman en cuenta muchos factores —como la política editorial, el diseño y la publicación— que surgen a partir de una evaluación tanto de quienes la crean como del *target* a quienes van dirigidas.

Según Sossa y Cortazzo (2008), de esta manera nacen las características de la publicación: periodicidad, formatos, diseños, lenguajes y recursos gráficos; así como la unificación de criterios al momento de la redacción, diagramación y jerarquización de los contenidos: política y línea editorial, declaración de principios, temas y palabras tabú, guía de estilo.

En este sentido, García (1985) explica que para alcanzar el objetivo de ser una publicación distinta se diseña un formato, se escoge una tipografía y un nivel gráfico determinado, y se acotan una serie de secciones, sobre las que se desarrolla un proyecto. (García, 1985, p.22 en Fontcuberta, 1993).

2.1.1.2 Política editorial

La política editorial es la declaración pública en la que el medio de comunicación se define en cuanto a nombre, emblema, lema, tipo de publicación, periodicidad, área de cobertura y temario principal.

II. MARCOS

Dragnic (1994) define a la política editorial como el conjunto de postulados de carácter ideológico, político y social que rigen la actuación y los procedimientos de un medio de comunicación social en su relación con los poderes instituidos y la sociedad en su totalidad.

De igual modo, la política editorial define sus objetivos comunicacionales, lo diferencia de otros medios, y señala el tipo de relación que tiene cada uno con los grupos de presión y el entorno, manifestando los principios en los cuales se enmarca el contenido de su publicación.

Además, la política editorial sirve como punto de partida para establecer las pautas generales en las que se basa un equipo editorial y la elaboración para un manual de estilo.

2.1.1.3 Diseño editorial

La creación del diseño editorial sirve para determinar los temas, secciones y objetivos de una publicación, además de contribuir a generar patrones, hábitos y constancia en los lectores.

En este sentido, el diseño editorial es la composición y distribución de los contenidos, tanto en periódicos, como en revistas y libros, para facilitar la búsqueda de información y la comprensión de los textos e imágenes. Sosa y Cortazzo (2008; cp. Garrido, comunicación personal, mayo 02, 2008).

Santibañez (1974) recomienda mantener una estructura de contenidos lo más estable posible para facilitar la lectura y la redacción de los mismos.

II. MARCOS

Según Sossa y Cortazzo (2008), cuando se realiza un trabajo de diseño editorial de un periódico o de una revista se deben tomar en cuenta los siguientes elementos:

- a. El tema central de toda la publicación.
- b. Las secciones en que se dividirá.
- c. La presencia o no de columnas.
- d. La presencia o no de publicidad.

Una vez pensadas las secciones y los nombres, es recomendable delimitar, por medio de una breve descripción, cuáles serán los temas generales que abordará cada una. Posteriormente, se especifican los géneros periodísticos que se utilizarán de acuerdo con las secciones.

Además, el diseño editorial contempla cuáles modalidades o enfoques se aplicarán en cada sección; es decir, si se trata de una sección informativa, interpretativa o de opinión.

La periodicidad de las secciones y de las columnas debe detallarse para establecer si son o no fijas y cada cuánto tiempo se actualizan los contenidos. Asimismo, se debe determinar cuáles páginas corresponderán a cada sección. A efectos de una publicación digital el número de páginas se expresa en número de información y cantidad de caracteres máximos y mínimos, además de determinar la ubicación de la publicidad.

II. MARCOS

2.1.1.4 Manual de estilo

Según Fontcuberta, los libros de estilo “son un conjunto de normas lingüísticas y estilísticas de las que se dota un medio para producir mensajes más coherentes, más eficaces y más correctos”. (Fontcuberta, 1993, p.108).

A efectos de esta investigación, se definirá el manual de estilo como todos aquellos términos permitidos, los géneros periodísticos utilizados y su abordaje. Además determinará la titulación, la extensión de los textos, la atribución de las fuentes, el tratamiento de la información, el uso de encuestas y el uso de mayúsculas y palabras mal sonantes.

2.1.1.5 Características de una revista como publicación

Según García y Magual (1987), la circulación comprende toda la existencia de publicaciones en cuanto a su difusión ya sea internacional, nacional o regional.

La circulación de una revista puede clasificarse esencialmente en dos categorías:

- a. Pagadas: Se basa en el concepto del valor recibido, bien sea por suscripción a la revista o por la compra inmediata de ésta.
- b. Gratuitas: Son las publicaciones que llegan al lector sin ningún costo, es decir, no tienen que pagar ningún precio por su adquisición.

Según Wells, Burnett y Moriarty (1996), “la circulación de revistas se refiere al número de ejemplares de un número que se vende, no al número de lectores de la publicación”. (p. 404).

II. MARCOS

2.1.2 La revista

2.1.2.1 La revista y sus características

La presente investigación está basada en un estudio de mercado en el sector de las revistas digitales, por eso la importancia de ofrecer en primera instancia una definición del término revista. Según la versión *on-line* del Diccionario de la Real Academia Española (2010), las revistas son una publicación periódica por cuadernos, con escritos sobre varias materias, o sobre una sola especialmente.

De Abreu (1989), en su trabajo de pregrado: *Revista Espía. Un nuevo medio especializado en moda*, define a las revistas como un “medio informativo impreso de periodicidad no diaria pero variable —desde el semanario hasta el anuario— en general ilustrado con una valoración propia de la actualidad, según su periodicidad, los temas de dedicación y la diversidad de contenido”. (p.12).

Además, De Abreu (1989) agrega que la palabra revista “proviene de la publicación *Rewiew* fundada por Defoe en 1704 a la que le siguieron la *Revue de Genève* y la *Revue Deux Mondes*”. (p.12).

Otra definición de revista es la que ofrece la Enciclopedia Larousse (1981): “medio informativo impreso, de periodicidad no diaria pero variable, en general ilustrado y con una valoración propia de la actualidad según su periodicidad, temas de dedicación (revistas especializadas) y diversidad de contenido”. (p. 8497).

Según Abraham y Martínez (2001) en su trabajo de pregrado *Estudio de Mercado en el sector de las revistas especializadas* las características de las revistas son las siguientes:

II. MARCOS

- Se manifiestan en números, cambian en cada edición y se materializan en ejemplares.
- Tienen alta permanencia en el hogar, pues están dotadas de una vida útil prolongada. Las revistas pueden convertirse en un material de archivo o colección.
- Presentan una diagramación flexible y dinámica, en comparación con otros medios, como por ejemplo, el periódico.
- Su periodicidad puede ser: Semanal, bi-semanal, quincenal o mensual.
- Se imprimen en tamaño más pequeño que el de los diarios.
- Utiliza papel satinado generalmente y aprovecha las ventajas de la impresión a cuatro colores, que permite lograr la identificación del lector con el empaque.

2.1.2.2 Clasificación de las revistas

Debido a la gran variedad de audiencias existen muchos tipos de revistas basadas en algún tema en especial. Una clasificación acertada para hacer referencia a los diferentes tipos de revistas presentes en el mercado, es la propuesta por De Armas y Pellegrino (1989), en su trabajo de especialización: *Concepción de un proyecto de diseño de una revista de difusión e investigación de la comunicación para la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello*. Ellos proponen:

II. MARCOS

- a. Revistas técnicas y especializadas: Son aquellas que tratan temas relacionados con un área determinada del acontecer, es decir, conciernen a un solo sector: teatro, economía, filosofía, etc. Estas revistas generalmente se editan mensualmente y ofrecen la ventaja de poder llegar a un gremio con productos y mensajes necesarios de su interés.
- b. Revistas femeninas: Son aquellas que por su contenido tienen un porcentaje de lectores mujeres superior al 50% del total de lectores. Está constituido por secciones de moda, cocina, decoración, novelas, etc.
- c. Revistas masculinas: Son aquellas que por su contenido, tienen un porcentaje de lectores hombres superior al 50% del total de lectores. Muchas publicaciones tienen una plantilla permanente que diseña y planea promociones, junto con la compañía que desea lanzar un producto que interese a sus lectores.
- d. Revistas deportivas: Dedicar su contenido a resaltar lo relacionado con el mundo de los deportes, contemplando: sus características, entrevistas con atletas, reseñas de importantes competencias, entre otros.
- e. Revistas de actualidad: Estas se centran en los temas más resaltantes y de mayor impacto sucedidos recientemente y cubierto por los diarios, pero en estas publicaciones se les trata con un profundo análisis y una onda de reflexión.
- f. Revistas de divulgación: Son las que difunden temas de orden científico, geográfico, histórico, etc. Presentan temas de gran complejidad para el lector con sencillez periodística.

II. MARCOS

- g. Revistas juveniles: Están destinadas a jóvenes y adolescentes. Sus características, al igual que su temática, es de variada índole y diferentes presentaciones.
- h. Revistas literarias: Es la dedicada a la crítica literaria. Publica artículos, comentarios y críticas con respecto a los movimientos, autores y obras de la literatura.
- i. Revistas populares: Cubren un amplio espectro de la población. Suelen tratar temas de corte novelesco, artículos de personajes de actualidad, explotando un poco la curiosidad y muchas veces la morbosidad de los lectores.
- j. Revistas vecinales: Se ubican dentro del llamado periodismo alternativo, y se dedican a cubrir los aspectos relacionados con la vida comunitaria, por lo que su distribución se restringe a la zona donde se publica.
- k. Revistas institucionales o corporativas: Pertenecen a grupos empresariales. Generalmente destacan la gestión de la empresa en el ámbito local y nacional, sus actividades productivas y su relación con la comunidad.

2.1.2.3 Ventajas y desventajas de las revistas

Muchas de las ventajas y desventajas de las revistas pueden establecerse gracias a la comparación de éstas con otros medios de comunicación. Para abordar este tema se tomó la visión de García y Magual (1987).

La revista es considerada uno de los principales vehículos culturales de nuestro tiempo, gracias a los siguientes aspectos:

II. MARCOS

- a. Presentación: Las revistas siempre tienen una apariencia moderna, agradable y estimulante en su formato. Con esto se conquista parte del agrado e interés del lector.
- b. Color: Mediante el color, las revistas parecen vivir dando posibilidades infinitas para mostrar un producto con el mayor atractivo y fidelidad que se puede lograr.

En este sentido, el color atrae con mayor rapidez la vista que cuando se utiliza el blanco y negro. Ello se debe a que el color tiene mayor influencia sobre los sentidos y los sentimientos.

- c. Contenido editorial: Es un reflejo de la ideología del editor, traducido en una serie de valores expresados en los textos de las publicaciones. El lector compra una revista para leer su texto lo que implica que también pase la vista por los avisos desplegados contenidos en ella.

El aviso es recomendable que esté relacionado con el contenido editorial de la revista, que generalmente es leída por un público cuyas aficiones e intereses son comunes.

- d. Flexibilidad: Este medio le ofrece al publicista una gran variedad de alternativas y de mercado que le dan diferentes campos de elección.

Esto permite contraer o expandir la lista o dimensiones de espacio, o también incrementar o disminuir la precisión, para uno u otro producto, en una u otra clase de mercado o sobre cualquier combinación de factores de venta o compra que determine.

II. MARCOS

- e. Selectividad: El anunciante puede disponer de un gran número de revistas, que pueda precisar en su interés por un particular sector de lectores.

Se puede decir que la revista es el medio más selectivo, después del correo directo, porque puede elegir un grupo meta determinado.

- f. Perdurabilidad: Cuando termina la actuación de otros medios la revista se prolonga, pasando de mano en mano, convirtiéndose en una especie de objeto personal. Por esto podemos decir que la revista nos entrega un valor cualitativo, que es la permanencia en el hogar.

La vida de un mensaje contenido en un aviso tiende a prolongarse, ya sea conservando la revista o arrancando la hoja en que se inserta el aviso. Debido a esto, el lector puede ser expuesto repetidas veces al mensaje publicitario y presentarse una mayor exposición al aviso; ya que las revistas suelen leerse lenta y pausadamente en tiempos libres y repetidas veces.

- g. Calidad de impresión: Gracias a la clase de papel que utilizan las revistas, se pueden lograr reproducciones fotográficas excelentes que no destruyen los *clisés* de un aviso y el perfecto empleo del color, alcanzándose así una impresión de calidad.
- h. Prestigio: Se basa en las características de los lectores, en el aspecto del alto nivel de compra de sus ingresos, y el nivel cultural que tengan. Además, si un aviso está presente a full color en una revista de gran circulación, es motivo para que adquiriera importancia, sólo por aparecer en ese medio.

II. MARCOS

Acerca de las ventajas de las revistas Wells, Burnett y Moriarty (1996), explican que “los beneficios de la publicidad en revistas incluyen la capacidad de llegar a audiencias especializadas, la recepción de la audiencia, una vida más prolongada, la calidad visual y la distribución de artículos promocionales de ventas”. (p. 406).

Desventajas o limitaciones:

- a. Analfabetismo: Este factor margina del medio a todas las personas que padezcan esta condición.
- b. Selectividad geográfica: Este medio de cobertura generalmente nacional, no presenta una selectividad geográfica para el anunciante, por lo que puede haber un desperdicio de circulación. A mayor selectividad del grupo de interés menor alcance general de la revista.
- c. El costo: Muchas veces la utilización de este medio es restringida, debido a que por la calidad del papel y la utilización del color, los costos de los ejemplares resultan muy elevados, lo cual, se refleja en las tarifas que se presentan al anunciante.
- d. El tiempo que hay que esperar: Esto se refiere al tiempo que transcurre entre la petición del aviso y la llegada de este al lector, el cual por lo general es bastante, ya que muchas revistas exigen una anticipación de hasta dos meses como lapso mínimo para solicitar los espacios del aviso desplegado. Esto puede traer como consecuencia, que en ese lapso puedan ocurrir cambios de cualquier cantidad de circunstancias, que desvirtúan o modifiquen el valor del mensaje.
- e. Poca audiencia de paso, en comparación con otros medios.

II. MARCOS

2.2 Marco Referencial

2.2.1 La revista digital

2.2.1.1 La revista digital: Ventajas y desventajas

Una revista electrónica es aquella creada para el medio electrónico y sólo disponible en este medio (Lancaster, 1995). Una publicación periódica cuyo producto final está disponible electrónicamente (Wusteman y Brown, 1996). Conjunto de artículos ordenados, formalizados y publicados bajo la responsabilidad de una institución científica o técnica a través de redes teleinformáticas. (Barrueco y Testal, 1996).

Para efectos de esta investigación se define a la revista digital como aquella publicación periódica creada para el medio electrónico y solo disponible en este medio, que incluye artículos e imágenes.

Existen pocas fuentes que desarrollen y definan la revista digital debido a lo reciente de este medio. Por eso, según las ventajas y desventajas establecidas por García y Magual (1987), se realizó una comparación entre la revista tradicional y la revista digital para establecer sus ventajas y limitaciones.

Entre sus ventajas se puede nombrar:

- a. Apariencia moderna, agradable y estimulante en su formato. Con esto se conquista parte del agrado e interés del lector, ya que el elemento tecnológico se ha vuelto fundamental en estos tiempos.

II. MARCOS

- b. Bajo costo de producción, porque no hay gasto de impresión de los ejemplares. Esto se refleja en las tarifas que se presentan al anunciante. Además, se puede tener acceso a la información que el medio presente de manera gratuita.
- c. El tiempo que transcurre entre la petición del aviso y la llegada de este al lector se reduce en comparación a la revista tradicional. Esto permite realizar cambios de último momento en el mensaje.
- d. El anunciante, al igual que en la revista tradicional, puede disponer de un gran número de revistas digitales, que pueda precisar en su interés por un *target* particular de lectores.

Entre sus desventajas o limitaciones se encuentra:

- a. Al igual que la revista tradicional, la revista digital margina del medio a todas las personas que padecen de analfabetismo.
- b. Es necesario que el lector tenga acceso a Internet.
- c. El anunciante no puede seleccionar geográficamente un *target*, ya que todo aquel que tenga Internet tiene acceso a la revista. A mayor selectividad del grupo de interés menor alcance general del medio.
- d. Poca audiencia de paso, en comparación con otros medios. Se requiere que el lector tome la decisión de conectarse a Internet y abrir el portal Web de la revista para estar en contacto con el medio.

II. MARCOS

- e. Menor perdurabilidad en comparación con la revista tradicional. Por ser un medio digital, requiere que el lector este en interacción con una computadora. Es decir, no permanece en el hogar para ser leída en cualquier tiempo libre.

2.2.1.2 Inversiones de la revista digital en Venezuela

Según el portal Web guía.com.ve (2011), los medios de comunicación en Venezuela han incursionado en Internet desde sus inicios, y no la han abandonado. Decenas de medios venezolanos impresos y audiovisuales cuentan con presencia en la Web, sin contar los numerosos medios que han surgido en formato estrictamente digital.

Se ha generado una ola de medios impresos que se han adaptado al formato digital. Esto se debe a los costos crecientes del papel y de las impresiones; y a la necesidad de los usuarios de recibir información actualizada.

Según Pereira (2006):

“El fenómeno de las publicaciones digitales afectó y sigue afectando incluso a los grandes periódicos. Poco anuentes en un comienzo a incluirse en la Web de Internet, no hay ninguno, en este momento, que no tenga una versión digital completa y gratuita”. (¶ 6).

Algunas de las publicaciones impresas que se han adaptado al medio digital en Venezuela son: Ocean Drive, Estampas, Producto, Ronda, Sala de Espera, Tendencia, Revista Top Shopping Centers, Cocina y Vino, Marcas, Exclusiva, Exceso, OJO, Todo en Domingo, Playboy Venezuela y Producción & Negocio.

II. MARCOS

En cuanto a las revistas digitales del país se encuentran las siguientes: GuayoyoEnLetras, CaracasBTL, MagazineDigital, ProDavinci, Prisma, Marcapasos y TanFemenina.

2.2.2 El término *underground* en Venezuela

2.2.2.1 Definición del término *underground*

Según lo expresado en la revista digital mimagazine.mx (2011), el origen del término *underground* (*subterráneo* en español) se les atribuye a los esclavos africanos que utilizaban dicho medio de transporte, durante el siglo XIX, como una red de rutas clandestinas para huir de los Estados Unidos. Este término inglés, lo empleaban específicamente para referirse a algunos movimientos de resistencia en contra de regímenes represivos.

Es por eso que el término *underground* se aplica a los movimientos contraculturales que se consideran alternativos, paralelos, contrarios o ajenos a la cultura oficial. Además, este concepto suele aplicarse a artistas que no están auspiciados corporativamente y generalmente no quieren estarlo.

Es en el año 1953 cuando la palabra *underground* fue utilizada por primera vez como un adjetivo para referirse a una subcultura; sin embargo, es en la década de los 60's cuando se comienza a aplicar realmente el término para designar varias subculturas como la cultura *hippie*, la *metalera*, el movimiento *punk*, el *hip hop*, entre otros. (mimagazine.mx, 2011).

Almada (1988) define la palabra *underground* como un aforismo inglés que significa literalmente 'subterráneo'. Corrientemente aparece como designación para todas aquellas manifestaciones del arte de carácter vanguardista o marcadamente disidente.

II. MARCOS

Asimismo, María Uzcátegui (2001), en su publicación *De Sentimiento Muerto a Vagos y Maleantes: Una lectura de la evolución de la cultura underground en Venezuela*, define la cultura *underground* como:

“Todas aquellas manifestaciones artísticas situadas al margen de las formas de cultura tradicional. Lo *underground* es por lo general desaprobado por las instituciones y censurado por los *mass-media*, dada la fuerte carga de crítica que conlleva en contra de las leyes, de las normas que rigen la moral social y las tradiciones”. (p. 33).

En este sentido, el movimiento *underground* está representado por individuos y manifestaciones artísticas que se hallan al margen de las costumbres culturales tradicionales, dentro de una sociedad que no quiere aceptarlos y más bien los reprimen. Además, están censurados por los medios de comunicación por transmitir una serie de valores que son considerados como socialmente incorrectos e incluso como subversivos.

Alfonzo (2004) indica en su trabajo de pregrado, *Investigación de mercado acerca del rock nacional: rasgos del consumidor y características del mercado*, que algunos de los parámetros que definen el término *underground* son los siguientes: no es masivo, no es mediático, posee un presupuesto de producción precario y su radio de acción –geográficamente hablando- es pequeño. En cambio, los parámetros que definen el término no *underground* son totalmente opuestos a los parámetros del término *underground*.

Además, Alfonzo (2004) expone que:

“Los límites de precisión en cuanto al límite en *underground* varían dentro del marco de cada parámetro. En consecuencia, Echeandía (Foro Mercado Nacional: entre el *underground* y el marketing, 2003)

II. MARCOS

plantea la ambigüedad frente a la dicotomía de lo *underground* y lo no *underground*, poniendo el ejemplo a través de la interrogante ‘¿es más *underground* un grupo que vende 2000 CDs si lo hace de forma independiente que si lo hace con una disquera?’. A través de ese ejemplo plantea el problema de forma y fondo con el concepto *underground*”. (p.67).

2.2.2.2 La cultura underground en Venezuela

Por la ubicación geográfica de nuestro país, ha sido fácil adoptar gran parte de las influencias foráneas y llegar a hacerlas patrias. Sin embargo, María Uzcátegui (2001) explica que en el caso de la cultura *underground*, los venezolanos (específicamente los caraqueños) no la adoptan como moda; todo lo contrario, el origen de la cultura *underground* surge por el malestar social que se estaba viviendo a principio de la década de los 80’s.

Debido a estas políticas improvisadas del gobierno, un grupo de jóvenes comienza a descargar su desagrado por la situación del país a través de canciones que tenían una estrecha relación con la realidad venezolana. Es ésta la razón del nombre del grupo que abrió paso a la cultura *underground* en Venezuela: Sentimiento Muerto.

La aparición de esta banda sobre las tablas, “no solo atraería a miles de seguidores, sino que además, generaría la producción de un sinnúmero de bandas juveniles. Estas bandas estaban motivadas por el efecto de rebelión con conciencia a través de la música y de lo que los venezolanos comienzan a llamar la ‘cultura urbana’”. (Uzcátegui, 2010, p. 48 y 49).

No es sólo a través de la música que estos jóvenes venezolanos manifestaban su malestar social sino también lo hacían a través de los grafitis.

II. MARCOS

Este elemento, por la cual se dieron a conocer los grandes grupos musicales pertenecientes a esta cultura, está estrechamente vinculado con el movimiento *underground*.

A pesar de ese resentimiento que transmitían Desorden Público y Vagos y Maleantes, estas bandas eran consideradas pertenecientes a la cultura *underground*. Sin embargo, el resultado de la fama obtenida les dio vuelco irreversible, integrándolos a un fenómeno popularmente conocido como moda y convirtiéndolos en un poderoso elemento lucrativo, alejándolos totalmente de los verdaderos principios de la cultura *underground*.

Actualmente, el movimiento *underground* en Venezuela está integrado por todas aquellas personas que se expresan artísticamente sin apoyo de los medios de comunicación social.

A efectos de esta investigación, se incluye dentro de la cultura *underground* venezolana a los músicos urbanos, patineteros, grafiteros, diseñadores, orfebres o cualquier otra representación de arte callejero, que no esté auspiciada por los medios de comunicación.

Además, se tomaron como eventos característicos de esta subcultura a Por el medio de la calle, El Mercadito de la Plaza, *COOLtura* Chacao y *Longboard Underground* Venezuela.

Por el medio de la calle es un evento que se realiza cada año, desde el 2006, de la mano de Cultura Chacao y el colectivo editorial Plátanoverde. Este evento es definido por la página Web oficial de Plátanoverde como “una expresión real de cómo la cultura puede impulsar a las ciudades a ser más habitables, más respetuosas con el entorno, más sensibles a las vanguardias creativas, más participativas y solidarias”.

II. MARCOS

Es un circuito de arte urbano que toma algunas calles y plazas del Municipio Chacao, por alrededor de seis horas, donde muestran propuestas artísticas nacionales e internacionales.

Según el portal oficial de El Mercadito de la Plaza, este evento comenzó como un espacio para darles cabida a diseñadores y emprendedores venezolanos, que no contaban con acceso a tiendas ni a centros comerciales. Con el tiempo, se convirtió en una movida urbana de referencia en Caracas con música en vivo, gastronomía vanguardista, exposiciones de arte, rampa para patineteros, performance de teatro, presentaciones de colectivos ambientalistas y actividades para todas las edades.

A partir del 2009, El Mercadito de la Plaza propuso, junto a las alcaldías, rescatar las plazas públicas para llenarlas de color y creatividad. De esta manera, se realizan cuatro ediciones al año con más de 2000 visitas diarias en los diferentes municipios del Área Metropolitana.

El festival *COOLtura* Chacao es realizado anualmente por la Fundación Chacao, en apoyo a los jóvenes y a la cultura urbana. Este evento tiene la finalidad de propiciar un espacio de encuentro y de difusión entre los jóvenes talentos que se dedican a cultivar en nuestro país las diferentes formas artísticas como el *hip hop*, los *graffiti* (pintura sobre muros, inmuebles o vehículos), los *Mc's* (cantantes de rap), el *breakdance* (estilo de baile urbano), los *Dj's* (pinchadiscos), *Beat Box* (el arte de imitar con la boca sonidos de percusión), y una demostración de los más talentosos *Skater* (patineteros) venezolanos. (De Pablos, 2007).

LongBoard Underground Venezuela fue creado en el 2010 con la misión de reunir a todas aquellas personas practicantes de *skate* en el país. El grupo Venezuela LongBoard, mediante la organización de Eventos y Competencias, apoya el talento nacional y resaltando el nombre de nuestro país Venezuela.

II. MARCOS

2.2.3 Acceso a Internet

2.2.3.1 Clases sociales y acceso a Internet

Es importante para esta investigación tener presente el uso que tiene Internet actualmente en el país según las diferentes clases sociales; para así poder determinar cuán factible es la creación de una revista digital de corte *underground*.

Según la Investigación Publicitaria en Medios realizada por ANDA FEVAP en abril del 2010, Venezuela está compuesta por 28.384.132 personas donde un 58% de la misma se sitúa en la clase E, un 23 % en la clase D, un 15% en la clase C y el resto en la clase ABC+.

Asimismo, en su último informe Pulso Nacional, la firma DATOS C.A. estableció que el venezolano utiliza solo un 3% de su ingreso mensual en telecomunicaciones.

En el año 2009 la penetración de Internet en Venezuela se ubicó en 30,7% de la población, lo cual se traduce en 1.773.928 nuevos internautas. Siendo la región capital y la región de los andes las zonas con una mayor penetración de Internet, seguidas por las regiones central y occidental que se acercan más al promedio nacional.

ANDA FEVAP estableció además que los usuarios de Internet son en su mayoría jóvenes (63% son menores de 25 años de edad), con un ligero predominio de usuarios masculinos. Entre los principales usos de Internet destacan el enviar y recibir correos, chatear, leer noticias, visitar sitios de redes sociales y buscar información.

II. MARCOS

En el estudio de *Target Group Index* (TGI) VENEZUELA Wave II 2008 + Wave I 2009 (Universo: Usuarios de Internet: 2.755) se puede observar que el 12 % de los usuarios de Internet se conecta diariamente, el 18 % de 2 a 6 veces a la semana y el 23.26 % permanece conectado entre una y tres horas.

III. MÉTODO

3.1 *Modalidad de la investigación*

Según lo estipulado en el Manual del Tesista de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello, el presente trabajo es un estudio de mercado, ya que es una investigación que “abarca todos aquellos estudios que tienen como principal finalidad la medición y análisis de variables pertinentes para el diseño e implementación de estrategias de mercadeo”. (2011, Modalidades de Trabajos de Grado).

En otras palabras, el estudio de mercado es una herramienta que permite y facilita la obtención de datos, que serán analizados y procesados mediante herramientas estadísticas para obtener como resultado la aceptación de un producto dentro del mercado.

Para su consecución, se analizaron los estilos de vida y el perfil del target, así como sus hábitos y actitudes de consumo. Además, se estudió el posicionamiento de las revistas digitales, los niveles de recordación y la fidelidad hacia las mismas.

La escogencia de esta modalidad tiene como base el interés de brindar toda la información posible para que este trabajo de grado sirva como antecedente para futuras investigaciones.

3.2 *Tipo de investigación*

La investigación utilizada fue de tipo exploratoria, es decir, se habla de este tipo de investigación “cuando el objetivo del investigador es explorar, sondear, descubrir posibilidades”. (Hurtado, 1998, p. 207).

En este sentido, se utilizó este tipo de investigación porque se pretende que este estudio sirva como antecedente para futuras investigaciones. Como lo afirma Hernández, Fernández y Baptista (2002) “los estudios exploratorios en

III. MÉTODO

pocas ocasiones constituyen un fin en sí mismos, generalmente determinan tendencias, identifican áreas, ambientes, contextos y situaciones de estudios”. (p. 117).

Así mismo, “la investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios)”. (Arias, 2006, p. 31). Es decir, en este tipo de investigación no se manipula o controla variable alguna porque el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes.

El propósito de esta investigación fue establecer las preferencias del público universitario a la hora de leer una revista digital de corte *underground*.

3.3 Diseño de la investigación

El diseño utilizado en esta investigación fue de tipo no experimental, es decir, la variable independiente no se pudo manipular. En este sentido, la manipulación de la variable independiente solamente es posible en la investigación experimental.

Como afirman Kerlinger y Lee (2002), la investigación no experimental “es la búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no posee control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido, o a que son inherentemente no manipulables”. (p. 504).

Lo que se hace en este tipo de investigación es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos. Además, como explica Hernández, Fernández y Baptista (2002), “no se construye ninguna situación, sino que se observa situaciones existentes, no provocadas intencionalmente por el investigador”. (p. 267).

III. MÉTODO

Asimismo, la investigación tuvo un corte transversal o transeccional; porque su objetivo fue “describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”. (Hernández, Fernández y Baptista; 2002, p. 270). Es decir, se recolectaron datos en un solo momento y en un tiempo único.

Esta investigación se realizó en el mes de diciembre de 2011. En ella, se vio plasmada un análisis de mercado realizado a los estudiantes universitarios de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), la Universidad Central de Venezuela (UCV) y los institutos universitarios de diseño gráfico Centro Art (CA) e Instituto de Diseño de Caracas (IDC) para la realización de una revista digital de corte underground.

3.4 Establecimiento de los objetivos

3.4.1 Objetivo General

Analizar las preferencias del público universitario a la hora de leer una revista digital de corte underground.

3.4.2 Objetivos Específicos

- Identificar las características demográficas y psicográficas del público universitario.
- Identificar los factores que privan en los lectores en el proceso de escogencia de las revistas digitales.
- Determinar las debilidades y fortalezas de las revistas digitales percibidas por los lectores.
- Identificar los elementos que debe contener una revista digital de corte underground.

III. MÉTODO

3.5 Sistema de variables

Según Arias (2006), una variable “es una característica o cualidad; magnitud o cantidad, que puede sufrir cambios, y que es objeto de análisis, medición, manipulación o control en una investigación”. (p. 57).

La selección de las variables en esta investigación dependió de los objetivos establecidos al inicio del estudio. En este sentido, las variables presentes son las siguientes:

- Características del público universitario.
- Debilidades y fortalezas de las revistas digitales.
- Elementos de una revista digital underground.

3.6 Operacionalización de variables

3.6.1 Cuadro técnico-metodológico de las variables

Variables	Dimensión	Indicadores	Items	Instrumentos	Fuentes
Características del público universitario	Demo-gráficas	Edad	Edad	Cuestiona-rio	Estudian-tes Universi-tarios
	Psicográ-ficas	Sexo	Femenino o Masculino		
		Estilo de vida	¿Lees revistas?		
			¿Qué tipo de revista prefieres leer?		
			¿Usas Internet?		
			¿Posees Internet en tu casa?		
			¿Con qué frecuencia utilizas Internet?		
			¿Qué tipo de páginas Web visitas?		
		Actitud ante la concepción	¿Cuáles revistas digitales conoces?		
			¿Conoces el término <i>underground</i> ?		

III. MÉTODO

		<i>under-ground</i>	¿Te identificas con ese estilo?		
			¿Has asistido a alguno de estos eventos?		
			¿Leerías una revista digital de corte <i>underground</i> ?		
Debilidades y Fortalezas de las revistas digitales			¿Cuáles son para ti las debilidades de las revistas digitales?	Cuestionario	Estudiantes Universitarios
			¿Cuáles son para ti las fortalezas de las revistas digitales?		
			¿Cuáles considera usted son las debilidades de las revistas digitales?, ¿Por qué?	Entrevista	Expertos
			¿Cuáles considera usted son las fortalezas de las revistas digitales?, ¿Por qué?		
Elementos de una revista digital <i>underground</i>		Secciones	¿Cuáles de estas secciones te gustaría ver en una revista digital de corte <i>underground</i> ?	Cuestionario	Estudiantes Universitarios
			De acuerdo al tipo de público al que va dirigido la revista, ¿cuál género periodístico es más conveniente utilizar: informativa, interpretativa o de opinión?	Entrevista	Expertos
		Periodicidad	¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?	Cuestionario	Estudiantes Universitarios
			¿Cada cuánto tiempo es recomendable colocar	Entrevista	Expertos

III. MÉTODO

			nueva información en la revista?		
		Publicidad	Para usted, ¿cuán relacionados deberían estar los artículos e informaciones que se publiquen con la publicidad que se incluya en la revista?	Entrevista	Expertos
		Géneros periodísticos	¿Cuál(es) de los géneros periodísticos (noticia, crónica o reportaje) se adapta mejor al medio digital?, ¿Por qué?	Entrevista	Expertos
		Cantidad de caracteres	¿Qué cantidad de caracteres se debe utilizar en el medio digital?	Entrevista	Expertos
		Utilización de encuestas	Dentro de la revista digital, ¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?	Cuestionario	Estudiantes Universitarios
		Utilización de recursos	¿Cuál de estos recursos gráficos es recomendable utilizar dentro de una revista digital: <i>banner</i> , archivos <i>PDF</i> , descargas a un dispositivo móvil, <i>flash</i> ?, ¿Por qué?	Entrevista	Expertos
		Suscripción	¿Es conveniente que los usuarios tengan la opción de suscribirse a la revista para recibir en su correo electrónico las diferentes ediciones?	Entrevista	Expertos
		Diseño de sitios Web	¿Qué tipo de diseño Web es más recomendable utili-	Entrevista	Expertos

III. MÉTODO

			zar para la realización de una revista digital: el sitio Web dinámico, el estático o el mixto?		
		Programas	¿Cuál(es) programa(s) recomienda para la realización de la revista digital?	Entrevista	Expertos
		Formato	¿Se debe utilizar el formato de columnas para la revista digital?	Entrevista	Expertos
			¿Es conveniente que el formato de la revista digital sea parecido al de las revistas impresas?	Entrevista	Expertos

3.7 Búsqueda de información secundaria

Según Silvestrini y Vargas (2008), las fuentes de información secundaria se utilizan para confirmar hallazgos, ampliar el contenido de la información de una fuente primaria y para planificar estudios. Se hace referencia a ellas cuando no se puede utilizar una fuente primaria por una razón específica, cuando los recursos son limitados o cuando la fuente es confiable.

En este sentido, para esta investigación se utilizaron como fuentes secundarias libros especializados, artículos electrónicos y páginas Web.

III. MÉTODO

3.8 Unidades de análisis, población y muestra

3.8.1 Determinación de las unidades de análisis

- Clientes potenciales: Para efectos de esta investigación, se utilizó como clientes potenciales a los estudiantes de educación superior de las siguientes casas de estudio Universidad Central de Venezuela (UCV), Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), Instituto de Diseño de Caracas (IDC) e Instituto Centro Art (CA).
- Expertos en producción editorial: En esta investigación se utilizó como expertos en producción editorial a profesionales de la comunicación social con experiencia en producción, dirección y edición de revistas.

3.8.2 Definición de la población de interés

Según Arias (2006), la población “es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio”. (p. 81).

“La población infinita es aquella en la que se desconoce el total de elementos que la conforman, por cuanto no existe un registro documental de estos debido a que su elaboración sería prácticamente imposible. En la disciplina estadística se considera una población infinita a la conformada por cien mil unidades o más”. (Arias, 2006, p. 82).

A efectos de esta investigación, la población en estudio fue todos los estudiantes de educación superior del área metropolitana.

III. MÉTODO

3.8.3 Escogencia del marco de muestreo

Según Hernández, Fernández y Baptista (2002) la muestra para el enfoque cualitativo “es una unidad de análisis o un grupo de personas, contextos, eventos, sucesos, comunidades, etcétera, de análisis; sobre la cual se habrán de recolectar datos, sin que necesariamente sea representativa del universo o población que se estudia”. (p. 302).

La muestra de este proyecto fueron los estudiantes universitarios de la Universidad Central de Venezuela (UCV), la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) y los institutos de diseño gráfico Centro Art (CA) y Instituto de Diseño de Caracas (IDC), independiente de la edad y el sexo; y con interés en la lectura de revistas digitales y la cultura *underground*.

Para tomar una muestra diversa de estudiantes, se escogió la UCV por ser la primera universidad pública y autónoma del país; asimismo, se eligió la UCAB por ser la más importante de las privadas a nivel nacional. En cuanto a los institutos, se seleccionó el IDC y el CA por ser las escuelas de diseño destacadas en el Área Metropolitana.

3.8.4 Selección del método de muestreo

“El muestreo no probabilístico es un procedimiento de selección en el que se desconoce la probabilidad que tienen los elementos de la población para integrar la muestra”. (Arias, 2006, p. 85).

Hernández, Fernández y Baptista (2002) definen las muestras no probabilísticas como un subgrupo de la población donde “la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quién hace la muestra”. (p. 305).

III. MÉTODO

Según su clasificación, en esta investigación se utilizó el muestreo intencional u opinático donde los elementos fueron escogidos con base en criterios o juicios preestablecidos por los investigadores.

3.8.5 Determinación del tamaño de la muestra

Cuando el muestreo es no aleatorio el tamaño de la muestra es irrelevante, ya que los resultados solo son aplicables a la muestra y se desconoce el error por tamaño muestral que se pueda estar cometiendo. El tamaño cobra relevancia al cruzar variables nominales entre sí, ya que se requiere teóricamente una frecuencia mínima observada de cinco casos en cada celda. Por lo general, se toma las dos preguntas de respuesta simple con mayor número de opciones; se multiplican entre sí y el resultado se multiplica por cinco.

Para esta encuesta las dos preguntas con mayor número de respuestas simples son el tipo de revistas que prefieres leer (ocho opciones) y con qué frecuencia utilizas internet (cuatro opciones).

$$4 \times 8 \times 5 = 160$$

Se decidió trabajar con doscientas encuestas para tener una mayor representación de cada una de las instituciones.

90 en la Universidad Central de Venezuela

60 en la Universidad Católica Andrés Bello

25 en el Instituto Centro Art

25 en el Instituto de Diseño de Caracas

Se seleccionó el mayor número de encuestas en la UCV por ser la universidad con más alta población. Por otro lado, se seleccionó 60 encuestas en la UCAB por tener menor población que la UCV. Por último, se realizaron 25

III. MÉTODO

encuestas por instituto para que fuera proporcional a su número de estudiantes.

Para los entrevistados el criterio que se utilizó fue el de saturación de la muestra. Este se define como el principio de muestreo donde se investiga hasta el punto en que ya no se obtiene nueva información y esta comienza a ser redundante. (Salamanca y Martín-Crespo, 2007).

3.8.6 Ejecución del plan

Se planificó visitar las universidades e institutos por un periodo de dos a seis horas, donde se realizó la totalidad de las encuestas en la primera visita de cada centro de estudio.

En la Universidad Central de Venezuela se abordó a los encuestados en las afueras de la Facultad de Humanidades, por ser el lugar más transitado por los estudiantes de Arte y Letras. Sin embargo, en la Universidad Católica Andrés Bello se abordó a los estudiantes en el cafetín y los jardines, ya que allí se reúnen muchos de ellos.

Por otro lado, los cuestionarios realizados en el Centro Art se realizaron en la sede de Las Mercedes, durante horas de la noche. Allí se abordó a los estudiantes a la salida del centro de estudio.

Finalmente, en el Instituto de Diseño de Caracas se abordó a los estudiantes en horas de la tarde, en la entrada del centro de estudios; ya que no teníamos acceso a los salones de clase.

Se realizaron tres entrevistas vía correo electrónico a expertos en producción editorial. La primera se le realizó a María Gabriela Quintero, productora de la revista Bienmesabe, UB y Clímax y de la página Web Mesa Servida. La segunda, a Fabiola Meléndez, Comunicadora Social; Coordinadora

III. MÉTODO

Editorial y Jefe de Prensa de Publicaciones Glasse C.A.; y colaboradora de prensa en PrimeraClase.net y en la revista Actitud Venezuela. Por último, se entrevistó a Julio César Miquilena, Mercadólogo, actual diseñador e ilustrador de Imagen Color – Imprenta Digital.

3.9 Instrumentos

“Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, expositivo o formato, que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información”. (Arias, 2006, p. 69).

Según Arias (2006):

El cuestionario es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se le denomina cuestionario auto administrado porque debe ser llenado por el encuestado sin intervención del encuestador. (p. 74).

En esta investigación, se utilizó el cuestionario como instrumento de recolección de datos por ser la técnica más efectiva para recopilar información sobre un gran número de personas, y además, es utilizado frecuentemente en los estudios de mercado.

En el estudio, el cuestionario presentado a la muestra fue de tipo mixto, porque combinaba preguntas abiertas y cerradas. Las preguntas abiertas son las que no ofrecen opciones de respuestas, sino que se da la libertad de responder al encuestado, quién desarrolla su respuesta de manera independiente. Las preguntas cerradas, en cambio, son aquellas que establecen previamente las opciones de respuesta que puede elegir el encuestado.

III. MÉTODO

Ander-Egg (1987), define la técnica de la entrevista como la interacción verbal entre dos o más personas. Es una conversación, en la cual, una persona (el entrevistador) obtiene información de otras personas (entrevistados), acerca de una situación o tema determinados con base en ciertos esquemas o pautas.

En esta investigación se utilizó la entrevista como instrumento de recolección de datos para abordar profundamente a los expertos en producción editorial. De esta manera, conocer su experiencia en el área, así como su opinión y recomendaciones para el estudio.

Además, en esta investigación se utilizó la entrevista semi-estructurada. Arias (2006) la define como una técnica de recolección de datos donde el entrevistador puede realizar una serie de preguntas no contempladas inicialmente. “Esto se debe a que una respuesta puede dar origen a una pregunta adicional o extraordinaria”. (p. 74).

3.10. Validación y ajustes

Una vez culminada la elaboración de los instrumentos, estos fueron presentados, junto al cuadro técnico metodológico, para ser evaluados y revisados por el Lic. Jorge Ezenarro (tutor de la tesis de grado). Posteriormente, los instrumentos fueron entregados a tres expertos del segmento de estudio con el fin de que los validaran, tomando en consideración tres aspectos fundamentales: claridad, pertinencia y redacción. Además, los instrumentos se validaron de acuerdo al criterio de validación por contenido.

Según Weiers (1986), la “validez de contenido, en ocasiones denominada validez aparente, se refiere a la medida en que el instrumento ‘parece estar’ midiendo la característica en cuestión. La evaluación de la misma es necesariamente subjetiva y suele requerir el juicio de expertos”. (p.155).

III. MÉTODO

La validación de los instrumentos estuvo a cargo del profesor David Moreno, especialista en Conducta del Consumidor; la profesora Elsi Araujo, especialista en Comunicaciones Organizacionales, y el periodista y profesor de producción editorial de la UCAB, Néstor Garrido.

El profesor David Moreno sugirió ampliar las respuestas de la pregunta número 2, agregando revistas temáticas como economía y variedades; y eliminando aquellas que se distinguían por el género. En la pregunta número 5, sugirió utilizar solo la escala por días para medir la frecuencia con que los encuestados utilizaban Internet.

Por último, planteó una nueva pregunta “¿alguna vez has leído una revista digital?” Ésta, funcionaría como pregunta filtro dentro del cuestionario y se decidió agregarla como numeral 7 del mismo.

La profesora Elsi Araujo, en cambio, sugirió colocar la pregunta número 8 “¿conoce el término underground?” como pregunta filtro. Se entiende como pregunta filtro o pre – condición, a aquella que “discrimina a las unidades de análisis para determinar a quienes se les va a aplicar la pregunta que busca el dato referente al indicador que se investiga”. (Chávez, s.f., p.14).

El profesor Néstor Garrido recomendó explicar el término géneros periodísticos en la pregunta número 7 de la entrevista a los expertos. Por esta razón, se agregaron las palabras noticia, reportaje y crónica.

III. MÉTODO

A continuación el instrumento final utilizado para abordar a los expertos en producción editorial.

Entrevista semi-estructurada

1. ¿Cuáles considera usted son las debilidades de las revistas digitales?,
¿Por qué?

2. ¿Cuáles considera usted son las fortalezas de las revistas digitales?,
¿Por qué?

3. De acuerdo con el tipo de público al que va dirigido la revista, ¿cuál modalidad es más conveniente utilizar: informativa, interpretativa o de opinión?

4. ¿Cada cuánto tiempo es recomendable colocar nueva información en una revista digital?

5. ¿Cada cuánto tiempo debería salir una nueva edición de la revista?

6. Para usted, ¿cuán relacionados deberían estar los artículos e informaciones que se publiquen con la publicidad que se incluya en la revista?

III. MÉTODO

7. ¿Cuál(es) de los géneros periodísticos (noticia, reportaje y crónica) se adapta mejor al medio digital?, ¿Por qué?

8. ¿Qué cantidad de caracteres se debe utilizar en el medio digital?

9. ¿Cuál de estos recursos gráficos es recomendable utilizar dentro de una revista digital: *banner*, archivos *PDF*, descargas a un dispositivo móvil, *flash*?, ¿Por qué?

10. ¿Es conveniente que los usuarios tengan la opción de suscribirse a la revista para recibir en su correo electrónico las diferentes ediciones?

11. ¿Qué tipo de diseño Web es más recomendable utilizar para la realización de una revista digital: el sitio Web dinámico, el estático o el mixto?

12. ¿Cuál programa recomienda para la realización de la revista digital?

13. ¿Se debe utilizar el formato de columnas para la revista digital?

III. MÉTODO

A continuación el instrumento final utilizado para abordar a los estudiantes universitarios.

Cuestionario

Los resultados obtenidos a través de este cuestionario serán utilizados únicamente para la realización de un trabajo de grado.

Instrucciones: Lee las preguntas y marca con una **X** tu respuesta.

Edad: _____

Sexo: F ☐ M ☐

1. ¿Usas Internet?

Sí ☐ No ☐

2. ¿Lees revistas?

Sí ☐ No ☐

3. ¿Qué tipo de revistas prefieres leer? (marca una opción)

Especializadas	☐	Variedades	☐	Políticas	☐
Deportivas	☐	Económicas	☐	De actualidad	☐
Juveniles	☐	Corporativas	☐		

4. ¿Posees Internet en tu casa?

Sí ☐ No ☐

5. ¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

Diariamente	☐	De dos a cuatro días a la semana	☐
Un día a la semana	☐	Menos de un día a la semana	☐

III. MÉTODO

6. ¿Qué tipo de páginas Web visitas?

Informativas ☐

Educativas ☐

Redes Sociales ☐

Culturales ☐

Corporativas ☐

7. ¿Alguna vez has leído una revista digital? (si la respuesta es no, pasa a la pregunta 9)

Sí ☐ No ☐

8. ¿Cuáles revistas digitales conoces?

9. ¿Cuáles son para ti las debilidades de las revistas digitales?

10. ¿Cuáles son para ti las fortalezas de las revistas digitales?

11. ¿Conoce el término *underground*? (si la respuesta es no, el entrevistador explica el término)

Sí ☐ No ☐

12. ¿Te identificas con ese estilo?

Sí ☐ No ☐

13. ¿Has asistido a alguno de estos eventos?

Por el medio de la calle ☐

El mercadito de la plaza ☐

COOLtura Chacao ☐

LongBoard Underground Venezuela ☐

No he asistido a ninguno ☐

III. MÉTODO

14. ¿Leerías una revista digital de corte *underground*? (si la respuesta es no, has terminado el cuestionario)

Sí ☐ No ☐

15. ¿Cuáles de estas secciones te gustaría ver en una revista digital de corte *underground*?

Música ☐

Próximos Eventos ☐

Entrevistas ☐

Diseño ☐

Danza ☐

Orfebrería ☐

Actualidad ☐

Cine y teatro ☐

16. ¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

Semanal ☐

Quincenal ☐

Mensual ☐

Bimestral ☐

17. Dentro de la revista digital: ¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

Sí ☐ No ☐

Muchas gracias.

III. MÉTODO

3.11. Criterios de análisis

Una vez obtenida la información de las encuestas, se le dio un tratamiento estadístico. “Los métodos estadísticos son un instrumento en investigación y sirven para describir datos, estudiar relaciones causales, llegar a deducciones así como para absolver problemas”. (Glass y Stanley, 1996, p. 2).

Para el tratamiento estadístico de los datos suministrados se hizo uso del *software* SPSS 17.0, el cual es utilizado para la realización de cálculos estadísticos en el análisis de datos de investigaciones sociales.

Posteriormente, se definieron las variables, se tabularon los datos, se calculó la distribución de frecuencias y sus porcentajes; y se construyeron las gráficas pertinentes.

Para la variable escalar (edad) se calculó media, mediana, moda, asimetría, curtosis y desviación típica. Al mismo tiempo, para el cruce de variables nominales entre sí se utilizó el coeficiente de contingencia; y entre variables nominales y escalares se utilizó ETA.

A continuación se presentan definidos las medidas de tendencia central y los diferentes coeficientes utilizados.

- Media: Promedio aritmético de un conjunto de observaciones. La media aritmética de un conjunto de n observaciones es igual a la suma de las observaciones divididas entre n . (Mendenhall, 1987, p. 36 y 37).
- Mediana: Valor que divide una distribución de tal manera que quede a cada lado un número igual de términos. (Rivas, 1979, p. 158). Valor de y que cae en el centro cuando las observaciones están colocadas en orden de magnitud. (Mendenhall, 1987, p. 37).

III. MÉTODO

- Moda: El punto de la escala de medida con máxima frecuencia en una distribución. Cuando se tienen datos no agrupados, la moda es la medida que ocurre con mayor frecuencia. (Guildford y Fruchter. 1994, p. 47).
- Asimetría: Los valores de la media y de la mediana no son iguales. Como la media es la que resulta más afectada por los datos extremos, tendrá un valor más cercano a dichos datos que la mediana. (Pagano, 2006, p. 75)
- Curtosis: Tiene por función la de determinar si la distribución de los términos de una serie responden a una curva normal o no. (Rivas, 1979, p. 226).
- Desviación típica: La raíz cuadrada positiva del promedio aritmético de los cuadrados de los desvíos de los valores con respecto a su media aritmética. (Rivas, 1979, p. 186).
- Coeficiente de contingencia: Se utiliza para determinar la relación que pueda existir entre dos variables que presentan dos o más alternativas. (Rivas, 1967, p. 89).
- ETA: Coeficiente de correlación apropiado para el cálculo de las relaciones curvilíneas. (Pagano, 2006).

En las encuestas, las preguntas abiertas se cerraron bajo el criterio de similitud. En este sentido, en las preguntas trece y catorce se establecieron las siguientes variables para agrupar las respuestas obtenidas: variable organoléptica, variable funcional y variable de comodidad.

III. MÉTODO

Según el diccionario de la Real academia Española, el término organoléptico se define como la propiedad de un cuerpo que se puede percibir por los sentidos. A efectos de esta investigación, la variable organoléptica se refiere a todas aquellas respuestas relacionadas con el sentido de la vista, el tacto, el olfato y el oído.

Asimismo, la variable funcional se refiere a las diferentes características que tienen las revistas digitales *per se*; en cuanto a su practicidad, precio, alcance, ahorro de papel, acceso a Internet y publicidad. La variable comodidad, por otro lado, se refiere a las facilidades que ofrece el medio digital a sus consumidores.

Para las entrevistas se utilizó una matriz de contenido donde se reflejó aquellas palabras, frases u oraciones que directamente satisfacían a la pregunta.

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados obtenidos por medio de las encuestas realizadas en las diferentes universidades e institutos. Las respuestas fueron expresadas en tablas con frecuencias y porcentajes.

Se encuestaron a 200 estudiantes universitarios, divididos de la siguiente manera: 90 de la Universidad Central de Venezuela, 60 de la Universidad Católica Andrés Bello, 25 del Instituto de Diseño de Caracas (IDC) y 25 del Instituto de Diseño Gráfico Centro Art (CA).

Pregunta 1: Edad

Tabla 1. *Resumen de las Edades de los Encuestados (fuente de elaboración propia).*

Edad	Frecuencia	Porcentaje
16	1	0.5
17	2	1.0
18	13	6.5
19	35	17.5
20	24	12.0
21	31	15.5
22	28	14.0
23	25	12.5
24	15	7.5
25	10	5
26	7	3.5
27	1	0.5
28	2	1.0
29	2	1.0
31	1	0.5
32	2	1.0
36	1	0.5

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Pregunta 2: Sexo

Femenino: 121 encuestados que representan el 60.5% del total.

Masculino: 79 encuestados que representan el 39.5% del total.

A continuación los resultados según las universidades e institutos visitados.

UCV	Femenino: 63 encuestados que representan el 70% Masculino: 27 encuestados que representan el 30%
UCAB	Femenino: 37 encuestados que representan el 61.7% Masculino: 23 encuestados que representan el 38.3%
IDC	Femenino: 10 encuestados que representan el 40% Masculino: 15 encuestados que representan el 60%
CA	Femenino: 11 encuestados que representan el 44% Masculino: 14 encuestados que representan el 56%

Pregunta 3: ¿Usas Internet? (Pregunta filtro)

200 encuestados respondieron afirmativamente, es decir, el 100%

Pregunta 4: ¿Lees revistas? (Pregunta filtro)

200 encuestados respondieron afirmativamente, es decir, el 100%

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Pregunta 5: ¿Qué tipo de revistas prefieres leer? (Marca una opción)

Tabla 2. *Resumen de Tipo de Revistas (fuente de elaboración propia).*

Tipo de Revista	Frecuencia	Porcentaje
Especializadas	58	29.0
Variedades	78	39.0
Políticas	4	2.0
Deportivas	33	16.5
De Economía	1	0.5
De Actualidad	16	8.0
Juveniles	9	4.5
Corporativas	1	0.5

A continuación los resultados expresados en tablas según las universidades e institutos visitados.

Tabla 3. *Resumen de Tipo de Revistas UCV (fuente de elaboración propia).*

Tipo de Revista	Frecuencia	Porcentaje
Especializadas	28	31.1
Variedades	43	47.8
Políticas	1	1.1
Deportivas	8	8.9
De Economía	0	0
De Actualidad	1	1.1
Juveniles	8	8.9
Corporativas	1	1.1

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tabla 4. *Resumen de Tipo de Revistas UCAB (fuente de elaboración propia).*

Tipo de Revista	Frecuencia	Porcentaje
Especializadas	19	31.7
Variedades	23	38.3
Políticas	3	5.0
Deportivas	8	13.3
De Economía	0	0
De Actualidad	7	11.7
Juveniles	0	0
Corporativas	0	0

Tabla 5. *Resumen de Tipo de Revistas IDC (fuente de elaboración propia).*

Tipo de Revista	Frecuencia	Porcentaje
Especializadas	4	16
Variedades	5	20
Políticas	0	0
Deportivas	11	44
De Economía	0	0
De Actualidad	4	16
Juveniles	1	4
Corporativas	0	0

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tabla 6. *Resumen de Tipo de Revistas CA (fuente de elaboración propia).*

Tipo de Revista	Frecuencia	Porcentaje
Especializadas	7	28
Variedades	7	28
Políticas	0	0
Deportivas	6	24
De Economía	1	4
De Actualidad	4	16
Juveniles	0	0
Corporativas	0	0

Pregunta 6: ¿Posees Internet en tu casa?

197 encuestados respondieron afirmativamente, lo que representa un 98.5% del total; y 3 encuestados respondieron que no poseen Internet en sus casas, lo que representa un 1.5% del total.

A continuación los resultados según las universidades e institutos visitados.

UCV	87 encuestados respondieron afirmativamente, lo que representa un 96.7% del total de la UCV.
UCAB	60 encuestados respondieron afirmativamente, lo que representa un 100% del total de la UCAB.
IDC	25 encuestados respondieron afirmativamente, lo que representa un 100% del total del IDC.
CA	25 encuestados respondieron afirmativamente, lo que representa un 100% del total del CA.

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Pregunta 7: ¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

Tabla 7. *Resumen de la Frecuencia del Uso de Internet (fuente de elaboración propia).*

Periodicidad	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	184	92.0
De 2 a 4 días a la semana	13	6.5
1 día a la semana	2	1.0
Menos de 1 día a la semana	1	0.5

A continuación los resultados expresados en tablas según las universidades e institutos visitados.

Tabla 8. *Resumen de la Frecuencia del Uso de Internet UCV (fuente de elaboración propia).*

Periodicidad	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	79	87.8
De 2 a 4 días a la semana	10	11.1
1 día a la semana	1	1.1
Menos de 1 día a la semana	0	0

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tabla 9. *Resumen de la Frecuencia del Uso de Internet UCAB (fuente de elaboración propia).*

Periodicidad	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	56	93.3
De 2 a 4 días a la semana	2	3.3
1 día a la semana	1	1.7
Menos de 1 día a la semana	1	1.7

Tabla 10. *Resumen de la Frecuencia del Uso de Internet IDC (fuente de elaboración propia).*

Periodicidad	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	24	96
De 2 a 4 días a la semana	1	4
1 día a la semana	0	0
Menos de 1 día a la semana	0	0

Tabla 11. *Resumen de la Frecuencia del Uso de Internet CA (fuente de elaboración propia).*

Periodicidad	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	25	100
De 2 a 4 días a la semana	0	0
1 día a la semana	0	0
Menos de 1 día a la semana	0	0

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Pregunta 8: ¿Qué tipo de páginas Web visitas? (Selección múltiple)

Tabla 12. *Resumen de los Tipo de Páginas Web que Visitan (fuente de elaboración propia).*

Página Web	Frecuencia	Porcentaje
Informativas	154	77.0
Educativas	96	48.0
Redes Sociales	181	90.5
Culturales	92	46.0
Corporativas	46	23.0

A continuación los resultados expresados en tablas según las universidades e institutos visitados.

Tabla 13. *Resumen de los Tipo de Páginas Web que Visitan UCV (fuente de elaboración propia).*

Página Web	Frecuencia	Porcentaje
Informativas	68	75.6
Educativas	59	65.6
Redes Sociales	84	93.3
Culturales	55	61.1
Corporativas	22	24.4

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tabla 14. *Resumen de los Tipo de Páginas Web que Visitan UCAB (fuente de elaboración propia).*

Página Web	Frecuencia	Porcentaje
Informativas	49	81.7
Educativas	14	23.3
Redes Sociales	52	86.7
Culturales	22	36.7
Corporativas	10	16.7

Tabla 15. *Resumen de los Tipo de Páginas Web que Visitan IDC (fuente de elaboración propia).*

Página Web	Frecuencia	Porcentaje
Informativas	18	72
Educativas	9	36
Redes Sociales	21	84
Culturales	8	32
Corporativas	5	20

Tabla 16. *Resumen de los Tipo de Páginas Web que Visitan CA (fuente de elaboración propia).*

Página Web	Frecuencia	Porcentaje
Informativas	19	76
Educativas	14	56
Redes Sociales	24	96
Culturales	7	28
Corporativas	9	36

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Pregunta 9: ¿Alguna vez has leído una revista digital?

117 encuestados respondieron afirmativamente, lo que representa un 58.5% del total.

A continuación los resultados según las universidades e institutos visitados.

UCV	60 encuestados respondieron afirmativamente, lo que representa un 66.7% del total de la UCV.
UCAB	30 encuestados respondieron afirmativamente, lo que representa un 50% del total de la UCAB.
IDC	10 encuestados respondieron afirmativamente, lo que representa un 40% del total del IDC.
CA	17 encuestados respondieron afirmativamente, lo que representa un 68% del total del CA.

Pregunta 10: ¿Cuáles revistas digitales conoces?

Se clasificó las diferentes respuestas según los tipos de revistas establecidos anteriormente. A continuación los resultados.

Especializadas: ProDavinci, Tendencias 21, ZP Magazine, Distorxion, Interamericana de Bibliotecología, Entre Rayas, PC World, PC Magazine, Mecánica Popular, Geociencias, Psicología Científica, Psicología on Line, El Salmón, Orbis, Negotium, Photomagazine, Muheve, Letralia, Dialnet, Comunicación, 7 Capas, Prisma, Razor Monkey, IFAB. Esta categoría representa un 45% del total.

Variedades: Vouge, Cosmopolitan, Bazaar, Glamour, Exceso, Hola, Estampas, Vanity Fair, Corriente Alterna, Plátano Verde, Rolling Stone Magazine. Esta categoría representa un 21% del total.

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Políticas: Metapolítica, Marca. Esta categoría representa un 4% del total.

Deportivas: Sport Life, Vida Extrema, La Doce. Esta categoría representa un 5% del total.

De Economía: Ecoinvest, Economist, Business Week. Esta categoría representa un 6% del total.

De Actualidad: BBC, Guayoyo en Letras, Factum, Pijama Surf, The Daily, Time. Esta categoría representa un 11% del total.

Juveniles: Tú en línea, Cy Zone, Urbe Bikini. Esta categoría representa un 6% del total.

Corporativas: Acceso Directv. Esta categoría representa un 2% del total.

Pregunta 11: ¿Cuáles son para ti las debilidades de las revistas digitales?

Se establecieron tres variables para agrupar en categorías los diferentes tipos de respuestas.

73 personas encuestadas respondieron de acuerdo a la variable organoléptica, esto representa un 42% del total; 98 personas de acuerdo a la variable funcional, esto representa un 54.3% del total; y 13 personas de acuerdo a la variable de comodidad, esto representa un 7.5% del total.

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación los resultados según las universidades e institutos visitados.

UCV	42 personas encuestadas respondieron de acuerdo a la variable organoléptica, esto representa un 53.2% del total. 39 personas encuestadas respondieron de acuerdo a la variable funcional, esto representa un 49.4% del total. 5 personas encuestadas respondieron de acuerdo a la variable de comodidad, esto representa un 6.3% del total.
UCAB	16 personas encuestadas respondieron de acuerdo a la variable organoléptica, esto representa un 30.8% del total. 35 personas encuestadas respondieron de acuerdo a la variable funcional, esto representa un 67.3% del total. 4 personas encuestadas respondieron de acuerdo a la variable de comodidad, esto representa un 7.7% del total.
IDC	9 personas encuestadas respondieron de acuerdo a la variable organoléptica, esto representa un 45% del total. 8 personas encuestadas respondieron de acuerdo a la variable funcional, esto representa un 40% del total. 3 personas encuestadas respondieron de acuerdo a la variable de comodidad, esto representa un 15% del total.
CA	6 personas encuestadas respondieron de acuerdo a la variable organoléptica, esto representa un 26.1% del total. 16 personas encuestadas respondieron de acuerdo a la variable funcional, esto representa un 69.6% del total. 1 persona encuestada respondió de acuerdo a la variable de comodidad, esto representa un 4.3% del total.

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Pregunta 12: ¿Cuáles son para ti las fortalezas de las revistas digitales?

Se establecieron tres variables para agrupar en categorías los diferentes tipos de respuestas.

1 persona encuestada respondió de acuerdo a la variable organoléptica, esto representa un 0.5% del total; 110 personas de acuerdo a la variable funcional, esto representa un 59.5% del total; y 101 personas de acuerdo a la variable de comodidad, esto representa un 54.9% del total.

A continuación los resultados según las universidades e institutos visitados.

UCV	1 persona encuestada respondió de acuerdo a la variable organoléptica, esto representa un 1.2 del total. 50 personas encuestadas respondieron de acuerdo a la variable funcional, esto representa un 57.5% del total. 50 personas encuestadas respondieron de acuerdo a la variable de comodidad, esto representa un 57.5% del total.
UCAB	Ninguna persona encuestada respondió de acuerdo a la variable organoléptica. 31 personas encuestadas respondieron de acuerdo a la variable funcional, esto representa un 57.4% del total. 32 personas encuestadas respondieron de acuerdo a la variable de comodidad, esto representa un 59.3% del total.
IDC	21 personas encuestadas respondieron de acuerdo a la variable organoléptica, esto representa un 84% del total. 16 personas encuestadas respondieron de acuerdo a la variable funcional, esto representa un 76.2% del total.

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

7 personas encuestadas respondieron de acuerdo a la variable de comodidad, esto representa un 33.3% del total.

CA Ninguna persona encuestada respondió de acuerdo a la variable organoléptica.

13 personas encuestadas respondieron de acuerdo a la variable funcional, esto representa un 56.5% del total.

12 personas encuestadas respondieron de acuerdo a la variable de comodidad, esto representa un 52.2% del total.

Pregunta 13: ¿Conoce el término *underground*?

152 personas encuestadas respondieron afirmativamente, lo que representa un 76% del total.

A continuación los resultados según las universidades e institutos visitados.

En la UCV, 51 personas encuestadas respondieron afirmativamente, lo que representa un 56.7%; en la UCAB 54 personas, lo que representa un 90%; en el IDC 23 personas, lo que representa un 92%; y en el CA 24 personas, lo que representa un 96%

Pregunta 14: ¿Te identificas con ese estilo?

67 personas encuestadas respondieron afirmativamente, lo que representa un 33.5% del total. A continuación los resultados según las universidades e institutos visitados.

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

26 personas en la UCV respondieron afirmativamente, lo que representa un 28.9%; 19 en la UCAB, lo que representa un 31.7%; 9 en el IDC, lo que representa un 36%; y 13 en el CA, lo que representa un 52%

Pregunta 15: ¿Has asistido a alguno de estos eventos? (Selección múltiple)

Tabla 17. *Resumen de la Asistencia a Eventos (fuente de elaboración propia).*

Eventos	Frecuencia	Porcentaje
Por el medio de la calle	133	66.5
El mercadito de la plaza	96	48.0
COOLtura Chacao	74	37.0
LongBoard Underground Venezuela	21	10.5
No ha asistido a ninguno	44	22.0

A continuación los resultados expresados en tablas según las universidades e institutos visitados.

Tabla 18. *Resumen de la Asistencia a Eventos UCV (fuente de elaboración propia).*

Eventos	Frecuencia	Porcentaje
Por el medio de la calle	58	64.4
El mercadito de la plaza	42	46.7
COOLtura Chacao	41	45.6
LongBoard Underground Venezuela	15	16.7
No ha asistido a ninguno	23	25.6

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tabla 19. *Resumen de la Asistencia a Eventos UCAB (fuente de elaboración propia).*

Eventos	Frecuencia	Porcentaje
Por el medio de la calle	40	66.7
El mercadito de la plaza	26	43.3
COOLtura Chacao	7	11.7
LongBoard Underground Venezuela	1	1.7
No ha asistido a ninguno	14	23.3

Tabla 20. *Resumen de la Asistencia a Eventos IDC (fuente de elaboración propia).*

Eventos	Frecuencia	Porcentaje
Por el medio de la calle	16	64
El mercadito de la plaza	14	56
COOLtura Chacao	12	48
LongBoard Underground Venezuela	1	4
No ha asistido a ninguno	7	28

Tabla 21. *Resumen de la Asistencia a Eventos CA (fuente de elaboración propia).*

Eventos	Frecuencia	Porcentaje
Por el medio de la calle	19	76
El mercadito de la plaza	14	56
COOLtura Chacao	14	56
LongBoard Underground Venezuela	4	16
No ha asistido a ninguno	0	0

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Pregunta 16: ¿Leerías una revista digital de corte *underground*? (pregunta filtro)

165 personas encuestadas respondieron afirmativamente, lo que representa un 82.5% del total. A continuación los resultados según las universidades e institutos visitados.

En la UCV, 77 personas encuestadas respondieron afirmativamente, lo que representa un 85.6%; en la UCAB 46 personas, lo que representa un 76.7%; en el IDC 22 personas, lo que representa un 88%; y en el CA 20 personas, lo que representa un 80%

Pregunta 17: ¿Cuáles de estas secciones te gustaría ver en una revista digital de corte *underground*? (Selección múltiple)

Por ser una pregunta de selección múltiple, los encuestados podían elegir más de una respuesta. Los porcentajes representan a las personas que eligieron esa categoría.

Tabla 22. *Resumen de las Secciones de una Revista Digital de Corte Underground (fuente de elaboración propia).*

Secciones	Frecuencia	Porcentaje
Música	146	86.4
Próximos Eventos	123	72.8
Entrevistas	86	52.1
Diseño	123	72.8
Danza	55	33.3
Orfebrería	50	30.3
Actualidad	110	66.7
Teatro	134	81.2

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación los resultados expresados en tablas según las universidades e institutos visitados.

Tabla 23. *Resumen de las Secciones de una Revista Digital de Corte Underground UCV (fuente de elaboración propia).*

Secciones	Frecuencia	Porcentaje
Música	71	92.2
Próximos Eventos	66	85.7
Entrevistas	52	67.5
Diseño	61	79.2
Danza	43	55.8
Orfebrería	41	53.2
Actualidad	66	85.7
Teatro	72	93.5

Tabla 24. *Resumen de las Secciones de una Revista Digital de Corte Underground UCAB (fuente de elaboración propia).*

Secciones	Frecuencia	Porcentaje
Música	37	84.4
Próximos Eventos	28	60.9
Entrevistas	19	41.3
Diseño	23	50.0
Danza	5	10.9
Orfebrería	6	13.0
Actualidad	21	45.7
Teatro	33	77.1

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tabla 25. *Resumen de las Secciones de una Revista Digital de Corte Underground IDC (fuente de elaboración propia).*

Secciones	Frecuencia	Porcentaje
Música	17	77.3
Próximos Eventos	14	63.6
Entrevistas	7	31.8
Diseño	21	95.5
Danza	4	18.2
Orfebrería	1	4.5
Actualidad	12	54.5
Teatro	13	59.1

Tabla 26. *Resumen de las Secciones de una Revista Digital de Corte Underground CA (fuente de elaboración propia).*

Secciones	Frecuencia	Porcentaje
Música	18	90
Próximos Eventos	12	60
Entrevistas	8	40
Diseño	18	90
Danza	3	15
Orfebrería	2	10
Actualidad	11	55
Teatro	16	80

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Pregunta 18: ¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

49 personas encuestadas respondieron que les gustaría encontrar una nueva edición semanalmente, lo que representa un 29.7% del total

50 personas encuestadas respondieron que les gustaría encontrar una nueva edición quincenal, lo que representa un 30.3% del total; 63 personas respondieron mensual, lo que representa un 38.2% del total; y 3 personas respondieron bimestral, lo que representa un 1.8% del total.

A continuación los resultados según las universidades e institutos visitados.

UCV 21 personas encuestadas respondieron que les gustaría encontrar una nueva edición semanalmente, lo que representa un 27.3% del total.
27 personas respondieron quincenal, lo que representa un 35.1% del total.
28 personas respondieron mensual, lo que representa un 36.4% del total.
1 persona respondió bimestral, lo que representa un 1.3% del total.

UCAB 14 personas encuestadas respondieron que les gustaría encontrar una nueva edición semanalmente, lo que representa un 30.4% del total.
12 personas respondieron quincenal, lo que representa un 26.1% del total.
18 personas respondieron mensual, lo que representa un 39.1% del total.

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

2 personas respondieron bimestral, lo que representa un 4.3% del total.

IDC

10 personas encuestadas respondieron que les gustaría encontrar una nueva edición semanalmente, lo que representa un 45.5% del total.

3 personas respondieron quincenal, lo que representa un 13.6% del total.

9 personas respondieron mensual, lo que representa un 40.9% del total.

Ninguna persona respondió bimestral.

CA

4 personas encuestadas respondieron que les gustaría encontrar una nueva edición semanalmente, lo que representa un 20% del total.

8 personas respondieron quincenal, lo que representa un 40% del total.

8 personas respondieron mensual, lo que representa un 40% del total.

Ninguna persona encuestada respondió bimestral.

Pregunta 19: Dentro de la revista digital: ¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

131 personas encuestadas respondieron que sí les gustaría dar su opinión, lo que representa un 78.9% del total.

En la UCV, 60 personas encuestadas respondieron estar de acuerdo en dar su opinión a través de encuestas, lo que representa un 85.7% del total; en la UCAB 37 personas, lo que representa un 80.4% del total; en el IDC 14 personas, lo que representa un 63.6% del total; y en el CA 13, lo que representa un 65% del total.

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados obtenidos por medio de las entrevistas realizadas a los expertos en producción editorial. Las respuestas fueron vaciadas en una matriz de contenido para su mejor visualización.

Entrevistado Items	María Gabriela Quintero	Fabiola Meléndez	Julio César Miquilena
¿Cuáles considera usted son las debilidades de las revistas digitales? ¿Por qué?	El reto más importante de las revistas digitales es obtener la lealtad de los lectores. A diferencia de las de papel, que son un producto conscientemente adquirido por el consumidor. Los medios digitales deben tener un valor agregado para ser visitadas periódicamente. En cuanto a las debilidades considero que la adaptación de textos es una de las principales, ya que a diferencia de un medio impreso las carac-	El acceso limitado a la información, pues se requiere del uso de Internet. La lectoría es muy limitada, ya que no todo el mundo está acostumbrado a leer en formato digital y el acceso a Internet suele ser más restringido, sobre todo en nuestro país.	La necesidad de tener Internet para poder estar al tanto de las informaciones. A diferencia de los medios impresos, creo que aunque tenga un alcance internacional; no llega a todos los usuarios que se pretende.

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

	terísticas de los textos deben ser apropiadas para la página Web.		
¿Cuáles considera usted son las fortalezas de las revistas digitales? ¿Por qué?	Las herramientas de video, de imágenes de calidad, de sonido y los hipervínculos que ofrece el Internet, son las fortalezas de las revistas digitales y en donde las empresas se deben enfocar para alcanzar el éxito.	La inmediatez en la información. El alcance internacional. Reducción de costos de producción en comparación a medios impresos.	La interactividad que ofrece al usuario y la rapidez en que se transmite una información. La revista digital cumple con las exigencias del consumidor moderno.
De acuerdo con el tipo de público al que va dirigido la revista, ¿cuál modalidad es más conveniente utilizar: informativa, interpretativa o de opinión?	Una revista está dividida por secciones por lo que se pueden utilizar las tres modalidades.	Informativa, ya que considero que el lector digital es más práctico, tiene poco tiempo para la lectura y está en la búsqueda de información precisa. De igual manera, generalmente la revisa desde equipos celulares o tablas, lo cual en algunos	

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

		casos dificulta el proceso de lecturas más largas.	
¿Cada cuánto tiempo es recomendable colocar nueva información en una revista digital?	Se debe actualizar constantemente, porque la información en la Web viaja rápidamente. El medio digital te permite que se coloque nueva información en algunas secciones y en otras no. Por ejemplo, la sección de noticias debería actualizarse a diario o interdiario; pero los reportajes y los artículos de opinión pueden hacerse con más tiempo.	Al menos semanalmente. Actualmente, las redes sociales han revolucionado el mundo digital con la inmediatez de la información; por ello, la competencia es grande. Sin embargo, esto es en casos de revistas informativas. En el caso de revistas digitales especializadas, por ejemplo, médicas, de arquitectura, etc., podría ser mensualmente.	Es conveniente mantener actualizada la revista, de ser posible, diariamente. No necesariamente con artículos o informaciones muy profundas o extensas, simplemente aprovechando la inmediatez de este medio.
¿Cada cuánto tiempo debería salir una nueva edición de la revista?	Depende de la calidad de contenido que se desee tener, del corte de la revista y del <i>target</i> . A mi gusto, quincenal	En el caso de revistas digitales especializadas, por ejemplo, médicas, de arquitectura, etc., podría ser mensual-	Generalmente los medios impresos se toman aproximadamente un mes entre una edición y otra, por el trabajo que

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

	es perfecto.	mente.	esto conlleva. Sin embargo, cuando se habla de un medio digital es conveniente que el plazo de tiempo sea menor, así que recomiendo cada quince días.
Para usted, ¿cuán relacionados deberían estar los artículos e informaciones que se publican con la publicidad que se incluya en la revista?	Completamente relacionados. La línea editorial debe abarcar la publicidad también. Casi siempre las publicidades que se colocan tienen que ver con el corte de la revista. Generalmente, se selecciona los espacios publicitarios con cautela.	No necesariamente deben estar relacionadas la información y la publicidad en una revista digital. En mi opinión, esta condición aplica más a revistas especializadas. Lo que sí se debe cuidar en ambos casos, es que la publicidad esté relacionada al target al que va dirigido la publicación, pues es lo único que garantizará su efectividad y la congruencia del medio.	Cada empresa debe decidir donde publica sus anuncios. Pero mientras más esté relacionado el producto con la filosofía y los temas de la revista, más efectivo será el mensaje.

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

¿Cuál(es) de los géneros periodísticos (noticia, reportaje y crónica) se adapta mejor al medio digital? ¿Por qué?	Los tres se pueden adecuar a la Web, agregando a cada género elementos visuales que una revista de papel no puede tener. Por ejemplo, a la noticia, videos informativos; al reportaje, fotografías; y a la crónica, sonidos e imágenes.	Noticia, por la precisión en la información, tan necesaria en las revistas digitales.	
¿Qué cantidad de caracteres se debe utilizar en el medio digital?	Una noticia debe tener máximo 4 o 5 párrafos de tres líneas cada uno. Un reportaje puede alargarse al doble. Por ejemplo, lo que se debe tener presente es que aunque el espacio es infinito, el interés del lector no.	1.500 caracteres como máximo.	Mientras más corta y precisa sea la información, mejor. Leer en la computadora o en un dispositivo móvil es molesto para algunos usuarios, así que recomiendo la comunicación en pocas palabras.
¿Cuál de estos recursos gráficos es recomendable utilizar	El <i>banner</i> es uno de los más recomendables por su capacidad de	<i>Banner</i>: para la publicidad es estrictamente necesario.	Todos estos recursos son utilizados para el medio digital y a elec-

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

dentro de una revista digital: <i>banner</i>, archivos <i>PDF</i>, descargas a un dispositivo móvil, <i>flash</i>? ¿Por qué?	captar la atención.	Archivos <i>PDF</i>: descartaría esta opción por completo para una revista digital. No genera una lectura dinámica ni invita al lector a continuar revisando la información. Descargas a un dispositivo móvil: indudablemente es lo que pide el mercado mundial actualmente. Sin embargo, debería someterse a evaluación de acuerdo al <i>target</i> al que va dirigida la publicación. <i>Flash</i>: en la mayoría de los casos, retarda la carga de la página, pues no todos tienen acceso a un servicio de Internet tan veloz	ción del cliente. El <i>banner</i> es la herramienta clásica para publicar un producto en Internet. Los archivos <i>PDF</i> sirven para guardar la información que ya leíste en tu computador. Las descargas a un móvil son el recurso que más debe aprovecharse actualmente, porque permite al usuario que no se encuentra en el computador trasladar un contenido. En el caso del <i>flash</i>, lo recomendaría más para una página Web común y no para una revista digital.

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

		que permita un rápido funcionamiento.	
¿Es conveniente que los usuarios tengan la opción de suscribirse a la revista para recibir en su correo electrónico las diferentes ediciones?	Sí, para crear un nexo de lealtad entre el lector y la revista. De este modo, siempre va a tener presente la existencia del medio.	Por supuesto, en gran medida es lo que le garantiza que el lector lea la revista. Sin embargo, si la suscripción es paga, limitará a los lectores.	Sí, porque actualmente es muy importante la relación entre el usuario y el medio. A través del correo electrónico se envían las nuevas ediciones de la revista o alguna información importante. También es bueno mantener conexión a través del <i>Twitter</i> o el <i>Facebook</i> .
¿Qué tipo de diseño Web es más recomendable utilizar para la realización de una revista digital: el sitio Web dinámico, el estático o el mixto?	Mixto, porque así como el estático puede ser aburrido, aquel que sea demasiado dinámico es agotador para el ojo humano.	El mixto, ya que despierta el interés e invita al lector a continuar revisando la publicación, pero sin bombardearlo de tantos gráficos o animaciones, lo cual en algunos casos los aturde.	El mixto. Se debe ofrecer información sencilla, pero con un diseño atractivo que invite al lector a saber más.
¿Cuál programa	No aplica.	<i>El Quarkxpress</i>	<i>Adobe Photo-</i>

IV. DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

recomienda para la realización de la revista digital?		para la diagramación y <i>Photoshop</i> , <i>Corel</i> e <i>Illustrator</i> para el diseño.	<i>shop</i> , <i>illustrator</i> , <i>Adobe InDesign</i> y <i>Quarkxpress</i> .
¿Se debe utilizar el formato de columnas para la revista digital?	Se puede jugar con el espacio Web. No es recomendable utilizar columnas, ya estas, requieren que el lector tenga que subir y bajar dentro de la página. Es preferible una sola columna que se lea verticalmente.	No, ya que no es dinámico ni amigable para el lector digital.	No, se puede diseñar algo más moderno y llamativo para el lector. El diseño de columnas es más conveniente para ediciones impresas.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

A continuación se presentan los resultados obtenidos a partir de las encuestas realizadas a los estudiantes. Los resultados fueron vaciados en tablas y plasmados en gráficos de barra para su mejor visualización. Estos se pueden observar en anexos. Algunos gráficos se presentan en este apartado por su relevancia para la investigación.

Además, se realizó el cruce entre las variables, obteniendo como resultado —generalmente— relaciones bajas y poco significativas. De igual forma, aquellas relaciones que son relevantes para la investigación se explicarán posteriormente.

Se encuestaron a 200 estudiantes universitarios, en el periodo diciembre 2011- enero 2012, en la ciudad de Caracas. Las encuestas se dividieron de la siguiente manera: 90 en la Universidad Central de Venezuela, 60 en la Universidad Católica Andrés Bello, 25 en el Instituto de Diseño Gráfico Centro Art (CA) y 25 en el Instituto de Diseño de Caracas (IDC).

El análisis está dividido tomando en cuenta las variables establecidas dentro del cuadro técnico metodológico desarrollado previamente para esta investigación.

5.1 Características del público universitario

Esta variable permite conocer las características demográficas y psicográficas de los estudiantes encuestados, para posteriormente establecer sus preferencias y su estilo de vida.

Del total de los encuestados un 60.5% son mujeres y 39.5% son hombres, con edades comprendidas entre 16 y 36 años. Además, todos ellos usan Internet y leen revistas, ya que estos dos *ítems* se seleccionaron como preguntas filtro en la encuesta.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De los 90 encuestados de la UCV, un 70% son mujeres y un 30% son hombres, con edades comprendidas entre 17 y 32 años. Por otro lado, de los 60 encuestados de la UCAB, un 61.7% son mujeres y 38.3% son hombres, con edades comprendidas entre 16 y 32 años.

Asimismo, de los 25 encuestados del CA, un 56% son hombres y un 44% son mujeres, con edades comprendidas entre 19 y 36 años. Por otro lado, de los 25 encuestados del IDC, un 60% son hombres y un 40% mujeres, con edades comprendidas entre 18 y 29 años.

Se puede observar como en las universidades hay un mayor número de población femenina. Como afirma García (2003), “más de la mitad de la población (56%) que egresa de las universidades son mujeres”. (p. 5). Sin embargo, en los institutos se encuestó mayor cantidad de hombres.

En cuanto a los estilos de vida, un 98.5% del total de los encuestados respondió que posee Internet en su casa. Sin embargo, un 92% indicó que lo utiliza diariamente. Así lo explica la Investigación Publicitaria en Medios realizada por ANDA FEVAP en abril del 2010, donde se indica que la penetración de Internet en Venezuela para el año 1999 se ubicó en 30.7% de la población. Además, la región capital es la zona del país con una mayor penetración de Internet.

En este sentido, un 96.7% de los encuestados de la UCV posee Internet en casa y un 87.8% lo utiliza diariamente. En cambio, de los encuestados en la UCAB, un 100% posee Internet y un 93.3% lo utiliza diariamente.

Por otro lado, todos los estudiantes encuestados en los institutos CA e IDC, respondieron que poseen Internet en casa y lo utilizan diariamente. Esto se debe a la naturaleza de la carrera que actualmente estudian y a la importancia que tiene el Internet para el desarrollo de la misma.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En cuanto a la pregunta: ¿Qué tipo de revistas prefieres leer?, el 39% del total de los encuestados prefiere las revistas de variedades y el 29% las revistas especializadas.

Se cruzó las variables sexo y qué tipo de revistas prefieres leer, obteniendo una relación media. Esto quiere decir que en algunos casos el sexo influye en la elección de determinada revista.

Además, tanto en las universidades como en el Instituto CA, las revistas de variedades son las preferidas por los estudiantes superando siempre un 25% de las encuestas. Sin embargo, en el IDC las revistas deportivas fueron las preferidas con un 44% (como se muestra en el *Gráfico 1*).

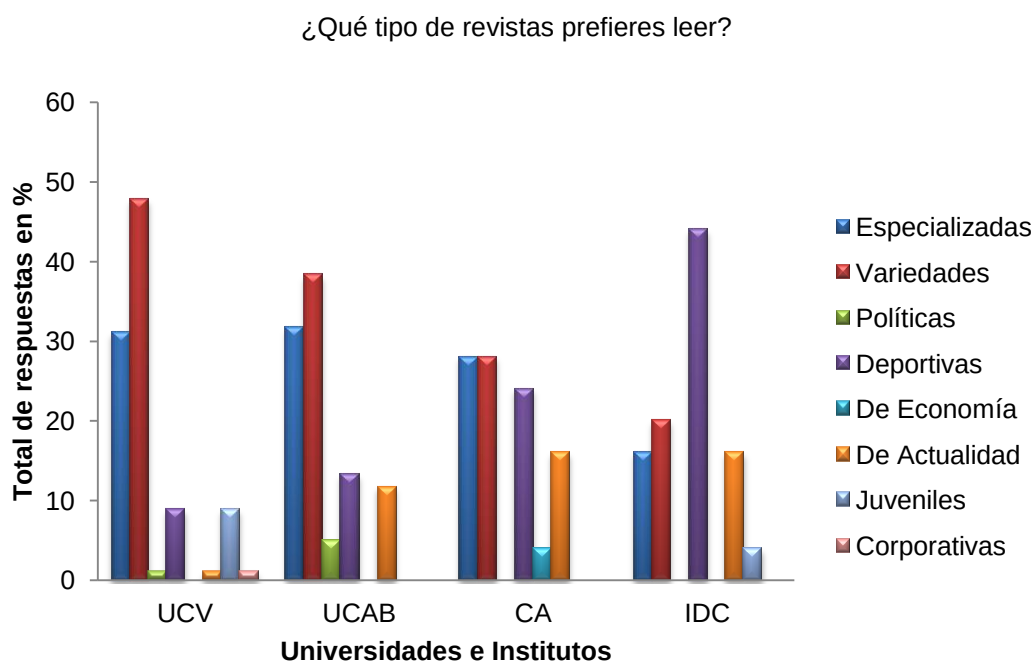


Gráfico 1. Fuente: Elaboración propia

Mediante una pregunta de selección múltiple, se consultó a los encuestados sobre qué tipo de páginas Web visitan. El 90.5% de los encuestados seleccionó redes sociales, un 77% informativas, un 48% educativas, un 46% culturales y un 23% corporativas.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Las páginas más elegidas por los estudiantes, tanto de las universidades como de los institutos, son las redes sociales y las informativas con un porcentaje mayor a un 70% de los encuestados. Así lo confirma la Investigación Publicitaria en Medios realizada por ANDA FEVAP en abril del 2010, donde se establece que entre los principales usos de Internet se destacan el enviar y recibir correos, chatear, leer noticias, visitar sitios de redes sociales y buscar información.

En cuanto a la pregunta: ¿Alguna vez has leído una revista digital?, el 58.5% respondió afirmativamente a dicha interrogante. Sin embargo, un 30.77% de ellos no recuerda el nombre de la revista o no saben diferenciar entre una página Web y una revista digital.

Para facilitar la comprensión de los datos, las respuestas de los encuestados fueron clasificadas de acuerdo a los tipos de revistas establecidas anteriormente. A continuación el gráfico con los resultados.

¿Cuáles revistas digitales conoces? (Clasificadas en categorías)

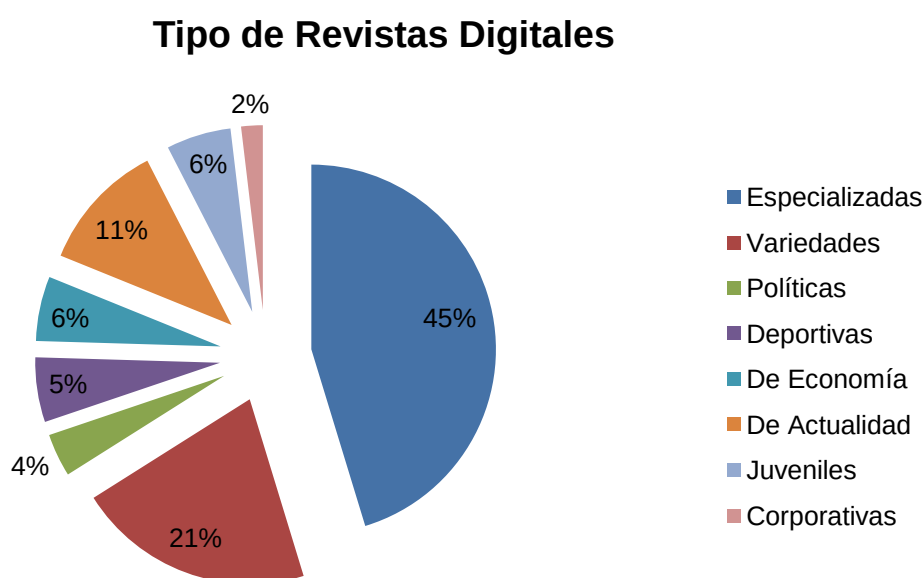


Gráfico 2. Fuente: Elaboración propia.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Las revistas digitales más recordadas por los encuestados son las especializadas con un 45% y las de variedades con un 21%. Es importante tener presente que no necesariamente son las revistas que más visitan los universitarios, sino las primeras que recuerdan.

Además, las respuestas de aquellos que recordaban el nombre de la revista no coincidían entre sí, con un total de 60 revistas digitales diferentes. Esto demuestra que, aquellas revistas digitales venezolanas dirigidas al público universitario, tienen muy poca difusión; ya que el *target* no las conoce o no las recuerda.

En cuanto al término *underground*, un 76% del total de los encuestados lo conoce y sólo un 33.5% se identifica. Así lo explica Alfonzo (2004), cuando establece que los parámetros que definen el término *underground* son: no es masivo, no es mediático, posee un presupuesto de producción precario y su radio de acción —geográficamente hablando— es pequeño.

Asimismo, se cruzó las variables sexo y conoces el término *underground*, obteniendo una relación baja y poco significativa. En otras palabras, tanto hombres como mujeres tienen la misma probabilidad de conocer el término, es decir, esta variable no depende del sexo.

Igualmente, se cruzó las variables conoces el término *underground* y te identificas con ese estilo, obteniendo como resultado una relación muy baja. Lo que quiere decir, que no es necesario identificarse con el estilo para conocer el término; pero tampoco es obligatorio conocer el término para identificarse con el estilo.

Del mismo modo, un 56.7% de los encuestados de la UCV conoce el término y un 28.9% se identifica. En cambio, un 90% de los estudiantes de la UCAB conoce el término, pero tan sólo el 31% se identifica.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De los estudiantes encuestados en el CA, un 96% conoce el término *underground* y un 52% se identifica, siendo éste el centro de estudio con mayor identificación hacia esta cultura. Por otro lado, en el IDC el 92% de los encuestados conoce el término, pero sólo el 36% se identifica.

A través de una pregunta de selección múltiple, también se le consultó a los encuestados sobre cuáles eventos ha asistido. El 66.5% del total respondió Por el medio de la calle, un 48% El mercadito de la plaza, un 37% *COOLtura* Chacao y sólo un 10.5% *LongBoard underground* Venezuela.

Para profundizar la información, se cruzó la variable asistencia a los eventos con las variables edad y sexo, obteniendo como resultado relaciones muy bajas y poco significativas. Esto quiere decir que el *target* de estos eventos no está delimitado por el sexo, ni por una edad determinada.

A continuación se muestra el *Gráfico 3* sobre la asistencia a los eventos según cada centro de estudio.

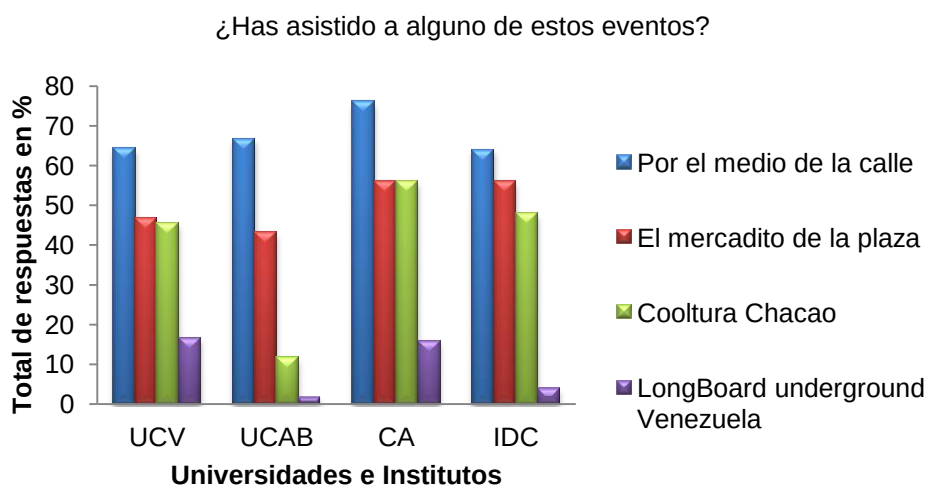


Gráfico 3. Fuente: Elaboración propia

Como se muestra en el gráfico, tanto en las universidades como en los institutos visitados, los eventos con mayor afluencia son Por el medio de la calle y El mercadito de la plaza, superando siempre el 45%.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Asimismo, mediante una pregunta filtro, se le consultó a los encuestados si leerían una revista digital de corte *underground* y se observó que el 82.5% del total estaría de acuerdo en leerla. A su vez, desglosando por institución los resultados se obtuvo lo siguiente: en la UCV 85.6%, en la UCAB 76.7%, en el CA 80% y en el IDC 88%. Con esto se muestra que aunque sólo un 33.5% del total de encuestados se identifica con el término *underground*, un 82.5% leería una revista digital de este tipo.

5.2 Debilidades y fortalezas de las revistas

A través de una pregunta abierta, se consultó a los encuestados sobre las debilidades y fortalezas de las revistas digitales. Los resultados se expresan mediante el uso de tres variables —organoléptica, funcional y de comodidad— definidas anteriormente en el método.

Con respecto a las debilidades la totalidad de los encuestados respondió lo siguiente: el 56.3% del total respondió que son funcionales, el 42% organolépticas y el 7.5 % de comodidad. A continuación se presenta el *Gráfico 4* que muestra las respuestas de las debilidades de las revistas digitales según cada centro de estudio.

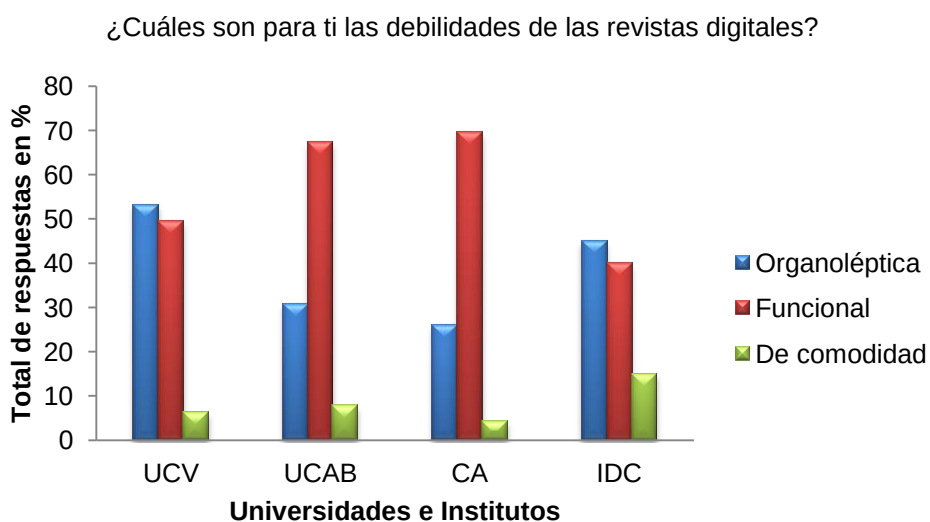


Gráfico 4. Fuente: Elaboración propia

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En general, los encuestados respondieron que las mayores debilidades se encuentran en las características propias de las revistas digitales. En este sentido, las desventajas establecidas anteriormente en el marco referencial coinciden con las respuestas de los encuestados.

Entre estas debilidades se encuentra la necesidad de que el lector tenga acceso a Internet. Esto representa una desventaja porque, según la investigación *Inversión Publicitaria en Venezuela 2009* realizada por el Comité certificador de medios ANDA FEVAP, solo un 30.7% de la población venezolana tiene acceso a Internet.

Además, aunque el lector posea Internet, se requiere que él tome la decisión de conectarse y abrir el portal Web de la revista, para estar en contacto con el medio.

Otra de las limitaciones que los encuestados señalaron es la necesidad de tener un dispositivo electrónico para tener acceso al contenido. Es decir, la revista no permanece físicamente en el hogar, o en otro espacio, para ser leída en cualquier tiempo libre.

A su vez, se le consultó a los entrevistados sobre el mismo tema. Sus respuestas, en cuanto a las debilidades, coinciden con las de los encuestados. En este sentido, el uso de Internet limita el acceso a las revistas digitales, y su lectoría es restringida porque, como afirma Meléndez, “no todo el mundo está acostumbrado a leer en formato digital”.

Además, Quintero considera como una debilidad de las revistas digitales la necesidad de un valor agregado para ser visitadas periódicamente. Al mismo tiempo, de la importancia de adaptar los textos al formato digital.

En cuanto a las fortalezas de las revistas digitales, un 59.5% de los encuestados respondió funcionales, un 54.9% de comodidad y un 0.5%

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

organolépticas. A continuación se presenta el *Gráfico 5* que muestra las respuestas según cada centro de estudio.

¿Cuáles son para ti las fortalezas de las revistas digitales?

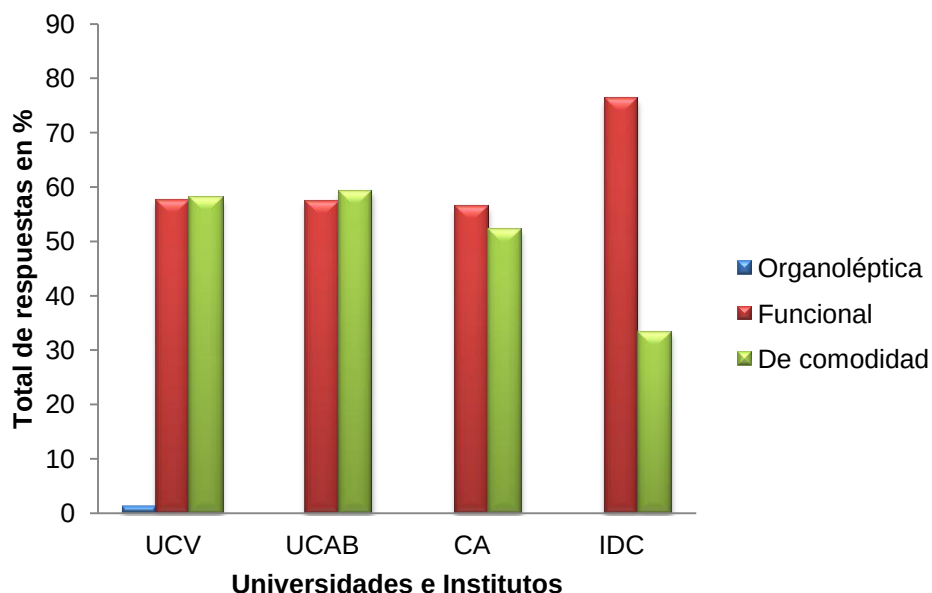


Gráfico 5. Fuente: Elaboración propia.

En general, los encuestados respondieron que las mayores fortalezas se encuentran en las características propias de las revistas digitales. En este sentido, las fortalezas establecidas anteriormente en el marco referencial coinciden con las respuestas de los encuestados.

Una de las fortalezas de las revistas digitales es su apariencia actual, agradable y su estimulante formato. Con esto se conquista parte del agrado e interés del lector, ya que el elemento tecnológico se ha vuelto fundamental en estos tiempos. Al respecto, Miquilena considera que la revista digital cumple con las exigencias del consumidor moderno.

Al mismo tiempo, Quintero opina que la fortaleza de las revistas digitales radica en las herramientas de video, imágenes, sonidos e hipervínculos que las hacen más amigables al lector.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Otra de las fortalezas que los encuestados señalaron es el bajo costo de producción, ya que no hay gasto en la impresión de los ejemplares. Además, la mayoría de las veces se puede tener acceso a la información de manera gratuita. Sobre este aspecto, Meléndez afirma que la reducción de costos de producción en comparación a medios impresos es la mayor fortaleza de las revistas digitales.

Por último, Meléndez agrega que el uso de esta plataforma ofrece un alcance internacional y, a su vez, permite que el lector tenga acceso a la información de manera inmediata.

5.3 Elementos de una revista digital *underground*

Esta variable permite conocer las preferencias del público universitario a la hora de leer una revista digital de corte *underground*. Además, ésta puede ser de utilidad a empresas interesadas en un proyecto digital de este tipo.

En el instrumento realizado previamente en el marco metodológico se estableció una serie de secciones para medir la preferencia de los encuestados al respecto. A continuación se presenta el *Gráfico 6* con los resultados totales obtenidos en las universidades e institutos.

¿Cuáles de estas secciones te gustaría ver en una revista digital de corte *underground*?

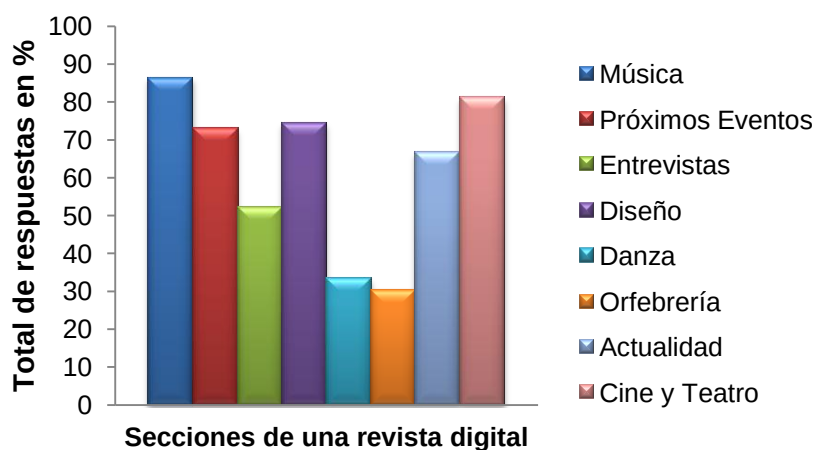


Gráfico 6. Fuente: Elaboración propia.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Como se muestra en el *Gráfico 6*, tanto en las universidades como en los institutos visitados, las secciones con mayor preferencia son las de música, cine y teatro, diseño y próximos eventos.

Para profundizar al respecto, se cruzó la variable sexo y secciones de una revista digital de corte *underground*, obteniendo como resultado relaciones bajas y muy bajas; y poco significativas. Esto quiere decir que las diferentes secciones son independientes al sexo del lector.

Asimismo, las preferencias de los encuestados en la UCV son: cine y teatro con un 93.5%, música 92.2%, próximos eventos 85.7% y actualidad 85.7%. En la UCAB, en cambio, las preferencias de los encuestados varían siendo las siguientes: música con un 80.4%, cine y teatro 71.7%, próximos eventos 60.9% y diseño 50%

Por otro lado, los institutos de diseño coinciden en las secciones de música y diseño superando un 90% de preferencia. En el caso de esta última es igual a la carrera que estudian.

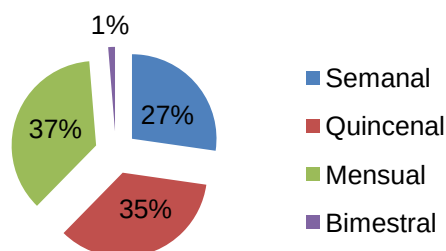
Sin embargo, la sección de cine y teatro no coincide en ambos institutos. Tiene una preferencia de 80% en el CA y tan sólo un 59.1% en el IDC. Lo mismo ocurre con la sección próximos eventos, donde la preferencia del IDC es de 63.6% pero en el CA es mucho más baja. Los encuestados expresaban la necesidad de estar informados sobre los eventos que se realizarían, de allí que esta sección sea una de las preferidas.

En cuanto a la pregunta: ¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?, un 38.2% del total de respondió mensual, un 30.3% quincenal, un 29.7% semanal y un 1.8% bimestral. A continuación se presenta el *Gráfico 7* con las preferencias según cada centro de estudio.

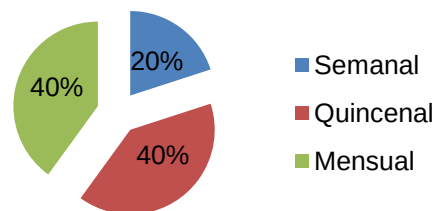
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

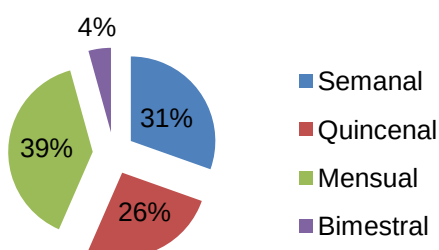
Universidad Central de Venezuela



Instituto Centro Art



Universidad Católica Andrés Bello



Instituto de Diseño de Caracas

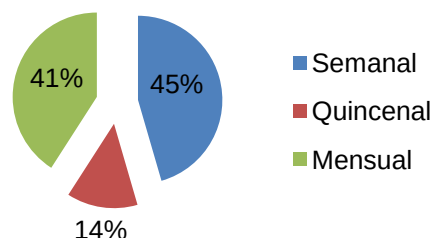


Gráfico 7. Fuente: Elaboración propia.

Como se muestra en el gráfico anterior, tanto en la UCV como en la UCAB y en el CA, la frecuencia preferida por los encuestados es la mensual, superando siempre el 35%. En cambio, el IDC prefiere la frecuencia semanal para una nueva edición de la revista.

Se le preguntó a los entrevistados cada cuánto tiempo es recomendable colocar nueva información en una revista digital. Meléndez respondió que al menos semanalmente, ya que “las redes sociales han revolucionado el mundo digital con la inmediatez de la información”. Asimismo, Meléndez y Miquilena coinciden con los encuestados en cuanto al periodo entre una edición y otra, considerando un mes como el tiempo adecuado.

Por otro lado, Quintero opina que “la información en la Web viaja rápidamente, por lo que se debe actualizar constantemente”. Además, recomienda que cada edición se realice de forma quincenal. Respecto a esto,

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Miquilena aclara que no necesariamente se deben publicar artículos o informaciones muy profundas, simplemente se debe aprovechar la inmediatez del medio.

Para finalizar el instrumento, se preguntó a los universitarios si les gustaría dar su opinión sobre ciertos temas a través de encuestas. Del total de los encuestados, un 78.9% respondió afirmativamente.

Cuando se hace el estudio por universidades e institutos, se obtiene que de los 90 encuestados de la UCV, un 85.7% respondió afirmativamente. Por otro lado, de los 60 encuestados de la UCAB, sólo un 80.4% indicó que le gustaría participar en dichas encuestas.

Asimismo, de los 25 encuestados del CA, un 65% respondió afirmativamente. En cambio, de los 25 encuestados del IDC, sólo un 63.6% estuvo de acuerdo.

Además, se le preguntó a los entrevistados cuál modalidad es la más conveniente a utilizar en el medio digital. Para Quintero, las tres modalidades se pueden adaptar a las diferentes secciones de una revista. En cambio para Meléndez, la modalidad informativa es la más práctica, ya que el lector “tiene poco tiempo para la lectura y está en la búsqueda de información precisa”.

Por eso, Meléndez recomienda utilizar la noticia como género periodístico; pero utilizando como máximo 1.500 caracteres. En este sentido, Miquilena afirma que “mientras más corta y precisa sea la información, mejor”.

Referente a los recursos gráficos recomendados para una revista digital, Meléndez sugiere utilizar el *banner* para la publicidad y las descargas a un dispositivo móvil. Además, tanto Meléndez como Miquilena, rechazan el uso de la herramienta *flash*, ya que en la mayoría de los casos, retarda la carga de la página.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Asimismo, es conveniente que los usuarios tengan la opción de suscribirse a la revista para recibir las diferentes ediciones en su dispositivo o en su correo electrónico. Respecto a esto, Quintero afirma que a través de las suscripciones se crea un nexo de lealtad entre el consumidor y el medio. De esta manera, Miquilena recomienda mantener esta relación también a través del *Twitter* y del *Facebook*.

En cuanto al uso de la publicidad en las revistas digitales, Meléndez considera que no es necesario que ésta coincida con la información que se publique. Sin embargo, sí debe estar relacionada al *target* al que va dirigido la publicación, “pues es lo único que garantizará su efectividad y la congruencia del medio”.

Respecto a este tema, Quintero explica que el anunciante es el encargado de adaptar su mensaje al medio; ya que, “a una compañía le cuesta mucho la publicidad, por lo que selecciona sus espacios con cautela”. Asimismo, para Miquilena, “cada empresa debe decidir donde publica sus anuncios. Pero mientras más esté relacionado el producto con la filosofía y los temas de la revista, más efectivo será el mensaje”.

Meléndez, Quintero y Miquilena consideran que el diseño ideal para la realización de una revista digital es el de tipo mixto, ya que despierta el interés e invita al lector a continuar revisando la publicación. Además, no recomiendan el formato de columnas para organizar la información, ya que éste es más conveniente para ediciones impresas.

Para finalizar, Meléndez y Miquilena recomiendan los programas *Quarkxpress* e *InDesign* para la diagramación y *Photoshop*, *Corel* e *Illustrator* para el diseño.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En Venezuela existe gran cantidad de publicaciones impresas que llenan los quioscos y anaqueles del país. Sin embargo, la situación altamente competitiva de los medios existentes, ha obligado a las revistas a mejorar su presentación, impresión y sobre todo el material redaccional.

Paralelamente, se ha creado un nuevo estilo de información mediante la prensa digital. En lugar de emplear el formato tradicional de papel, la prensa digital emplea como medio de difusión un formato electrónico.

Para responder a estas nuevas tendencias en el mundo de las telecomunicaciones, se crea la revista digital. De esta manera, se ha generado una ola de medios impresos que se han adaptado al formato digital; y otras, que sólo han sido creadas para la Web.

Reconociendo la importancia de este nuevo medio de comunicación, esta investigación tiene como objetivo analizar las preferencias del público universitario a la hora de leer una revista digital de corte *underground*.

A continuación las conclusiones divididas tomando en cuenta los objetivos específicos establecidos dentro del método y desarrollados previamente en la discusión de resultados.

Luego de analizar las respuestas de cada uno de los 200 estudiantes encuestados y las opiniones de los 3 entrevistas realizadas a los expertos en producción editorial, se puede afirmar lo siguiente:

Los encuestados de las universidades son en su mayoría mujeres, mientras que en los institutos el porcentaje de hombres es mayor. Además, casi la totalidad de los encuestados posee Internet en su casa y lo utiliza diariamente.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Por otro lado, las revistas de variedades y especializadas son las preferidas por el público universitario; y las redes sociales los portales informativos son las páginas Web que más visitan.

En este sentido, se recomienda elaborar una revista digital con enlaces directos a las redes sociales y donde una de las secciones incluya las noticias del acontecer nacional. De esta manera, el usuario de la revista tiene la oportunidad de compartir sus artículos preferidos en sus cuentas de *Twitter* y/o *Facebook*.

Se evidencia también que las revistas digitales no son conocidas por la totalidad de la muestra, pues les cuesta diferenciarlas de las páginas Web. Además, en su mayoría no recordaban el nombre de la revista digital que habían leído anteriormente, pero sí los temas que allí se desarrollaban.

Sin embargo, aquellos estudiantes que recordaban el nombre de la revista, sólo recordaban una. Es importante tener presente que no necesariamente son las revistas que más visitan los universitarios, sino las primeras que recuerdan.

Por eso, es recomendable que las empresas interesadas en invertir en el medio digital se dediquen a dar a conocer su producto, tanto en el medio electrónico como en los medios tradicionales. En este sentido, la percepción que tienen los lectores de revistas digitales sobre las mismas, incidirá en el surgimiento de una lealtad hacia estas publicaciones.

Entre las debilidades se encuentra la necesidad de que el lector tenga acceso a Internet. Además, aunque el lector posea Internet, se requiere que el tome la decisión de conectarse y abrir el portal Web de la revista para estar en contacto con el medio. Otra de las limitaciones es la necesidad de tener un dispositivo electrónico para tener acceso al contenido. Todas estas debilidades pertenecen a la variable funcional establecida anteriormente en el método.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Entre las fortalezas se encuentra la apariencia actual, agradable y el estimulante formato que presentan las revistas digitales. Además, de las herramientas de video, imágenes, sonidos e hipervínculos que las hacen más amigables al lector. Por último, el bajo costo de producción que permite al usuario obtener la información —la mayoría de las veces— de forma gratuita.

En cuanto al término *underground*, una gran parte de los encuestados lo conoce; sin embargo, menos de la mitad de ellos se identifican con ese estilo. Lo que quiere decir, que no es necesario identificarse con el estilo para conocer el término; pero tampoco es obligatorio conocer el término para identificarse con el estilo.

Los eventos de la cultura *underground* con mayor afluencia son Por el medio de la calle y El mercadito de la plaza. Esto evidencia que son los más concurridos por los jóvenes caraqueños, tal como se definen estos eventos en sus páginas Web.

Asimismo, la mayoría de los encuestados están dispuestos a leer una revista digital de corte *underground* y a dar su opinión a través de encuestas. Las secciones preferidas son las de música, cine y teatro, diseño y próximos eventos.

Se recomienda elaborar una revista digital de corte *underground* con diferentes secciones, que respondan a los intereses de ambos sexo; ya que, la relación entre el sexo y el tipo de revista que prefieren leer es media.

Tanto los encuestados como los expertos en producción editorial coinciden en que el tiempo ideal entre una edición y otra es de un mes. Sin embargo, debido a la inmediatez del medio electrónico, la página Web debe ser actualizada constantemente. En este sentido, para los entrevistados, es recomendable colocar al menos semanalmente nueva información en la revista.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La modalidad informativa es la más conveniente utilizar en el medio digital, ya que el lector tiene poco tiempo para la lectura y está en la búsqueda de información precisa. Respecto a esto, se recomienda informaciones cortas y precisas, de máximo 1500 caracteres.

En cuanto al uso de la publicidad, es necesario que exista relación entre el mensaje y el *target* al que va dirigido la publicación. Mientras más esté relacionado el producto con la filosofía y los temas de la revista, más efectivo será el mensaje.

Por otro lado, para establecer un nexo entre el lector y el medio es conveniente que los usuarios tengan la opción de suscribirse a la revista. De esta manera, podrán recibir a sus correos electrónicos la edición más reciente.

Asimismo, el diseño ideal es el de tipo mixto, ya que despierta el interés e invita al lector a continuar revisando la publicación. Referente a los recursos gráficos, se recomienda el uso de los *banners* para la publicidad; y de las descargas al móvil, para facilitar la lectura desde los celulares. Por último, se recomienda el uso de los programas *Quarkxpress* e *InDesign* para la diagramación y *Photoshop*, *Corel* e *Illustrator* para el diseño.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Publicaciones especializadas

- Ander-EGG, E. (1987). *Técnicas de investigación social*. (8^{va} ed.). Buenos Aires. Humanitas.
- Arellano, R. (2002). *Comportamiento del consumidor: enfoque América Latina*. (1^{ra} ed.). México. McGraw Hill.
- Arias, F. G. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. (5ta ed.). Caracas. Episteme.
- Barrueco, J., y García, C. (1997). *Panorama actual y posibilidades futuras en revistas electrónicas. Volumen 6 (N° 3). Information World en Español*.
- Blackwell, R., Miniard, P., y Engel, J. (2002). *Comportamiento del consumidor*. (9^{na} ed.). México. Thomson.
- Casasus, J. (1972). *Ideología y análisis de Medios de Comunicación Social*. Barcelona. Dopesa.
- Dragnic, O. (1994). *La entrevista de personalidad*. Universidad Central de Venezuela. Caracas. Fondo Editorial de Humanidades.
- Fontcuberta, M. (1993) La noticia. *Pistas para percibir el mundo*. España. Paidós.
- Glass, G., y Stanley, J. (1996). *Métodos estadísticos aplicados a las ciencias sociales*. México. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.
- Guilford, J., y Frutcher, B. (1994). *Estadística aplicada a la psicología y la educación*. (6^{ta} ed.). México. McGraw-Hill.
- Green, J. (1986). *La teoría del consumidor*. Madrid. Alianza Editorial.
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2002). *Metodología de la investigación*. (3^{ra} ed.). México. McGraw-Hill.
- Hurtado, J. (1998). *Metodología de la investigación holística*. (2^{da} ed.). Caracas. Fundación Sypal.
- Kerlinger, F. y Lee, H. (2002). *Investigación del comportamiento: Método de investigación en ciencias sociales*. México. McGraw-Hill Interamericana Editores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Lancaster, F. (1995). *La publicación electrónica xarxa dels resultats de la recerca acadèmica*. Barcelona: Escuela Universitaria J. Rubió I Balaguer. (Catalán).
- Lancaster, F. (1995). *La publicación electrónica red de los resultados de la investigación académica*. Barcelona: Escuela Universitaria J. Rubió I Balaguer.
- Loudon, D., y Della, A. (1995). *Comportamiento del consumidor conceptos y aplicaciones*. México. McGraw-Hill.
- Loudon, D., y Della, A. (1998). *Comportamiento del consumidor conceptos y aplicaciones*. (4^{ta} ed.). México. McGraw-Hill.
- Mendenhall. (1987). *Introducción a la probabilidad y la estadística*. México. Grupo editorial Iberoamérica.
- Pagano, R. (2006). *Estadística para las ciencias del comportamiento*. (7^{ma} ed.). México. Thomson.
- Rivas, E. (1979). *Estadística General*. (6^{ta} ed.). Caracas. Ediciones de la biblioteca.
- Rivas, E. (1967). *Estadística aplicada*. Instituto de investigaciones facultad de ciencias económicas y sociales. Caracas.
- Rivera, J., Arellano, R., y Molero, V. (2000). *Conducta del consumidor*. Esic Editorial. Madrid.
- Santalla, Z. (2006). *Guía para la elaboración formal de reportes de investigación*. (1^{ra} ed.). Caracas. Publicaciones UCAB.
- Schiffman, L., y Lazar, L. (1997). *Comportamiento del consumidor*. (5^{ta} ed.). México. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.
- Schiffman, L., y Lazar, L. (2005) *Comportamiento del consumidor*. (8^{va} ed.). México. Pearson Educación.
- Solé, M. (1999). *Los consumidores del siglo XXI*. Madrid. Esic Editorial.
- Solomon, M. (1997). *Comportamiento del consumidor*. (3^{ra} ed.). México. Pretince-Hall Hispanoamericana, S.A.
- Standon, W., Etzel, M., Walker, B. (1999). *Fundamentos de Marketing*. (11^{ma} ed.). México. McGraw Hill Editores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Wells, W., Burnett, J., y Moriarty, S. (1996). *Publicidad Principios y prácticas*. (3^{ra} ed.). México. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.

Wusteman, J., y Brown, H. (1996). *Acrobat, Mosaic and Guide como vehículos de las revistas electrónicas*. En Medios Digitales y Publicaciones Electrónicas.

Trabajos de Grado

Abraham, R., y Martínez, M. (2001). *Estudio de Mercado en el sector de las revistas especializadas*. Trabajo de grado de Especialización no publicado. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.

Alfonzo, E. (2004). *Investigación de mercado acerca del rock nacional: rasgos del consumidor y características del mercado*. Trabajo de Grado de Especialización no publicado. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

Almada, T. (1988). *Atrapados en Caracas reportaje-testimonio: una aproximación al fenómeno de la música underground de la ciudad*. Trabajo de Grado de Especialización no publicado. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

De Abreu, M. (1989). *Revista Espía: Un nuevo medio especializado en moda*. Trabajo de Grado de Especialización no publicado. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, Venezuela.

De Armas, C. y Pellegrino, F. (1989). *Concepción de un proyecto de diseño de una revista de difusión e investigación de la comunicación para la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Andrés Bello*. Trabajo de grado de Especialización no publicado. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.

García, E., y Magual, I. (1987). *Perfil actual de los lectores de revistas en el Área Metropolitana de Caracas*. Trabajo de grado de Especialización no publicado. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Sossa, D., y Cortazzo, L. (2008). *Prensa estudiantil: Producción editorial para ser aplicada en www.aldea.net.ve. Informe de pasantía*. Trabajo de grado de Especialización no publicado. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.

Medios Electrónicos

(2001). *Diccionario de la Real Academia Española*. Recuperado en noviembre 12, 2011, de <http://buscon.rae.es/drae/>

(2007). *COOLtura Chacao 2007*. Recuperado en marzo 02, 2012, de <http://www.breaktown.org/news/127/ARTICLE/1145/2007-08-18.html>

(2009). *Análisis de revistas digitales*. Recuperado en enero 22, 2011 de <http://www.pantropia.ciberimaginario.es/index.php/sector-profesional/comunicacion-multimedia>

(2010). *COOLtura Chacao 2010 Venezuela*. Recuperado en marzo 02, 2012 de <http://fachadamag.blogspot.com/2010/11/cooltura-chacao-2010.html>

(2010). *LongBoard Venezuela*. Recuperado en marzo 5, 2012, de <http://www.facebook.com/pages/VenezuelaLongboard/119129668112991#!/pags/Venezuela-Longboard/119129668112991?sk=info>

(2011). *Convocatoria / Por el Medio de la Calle 2011*. Recuperado en marzo 02, 2012, de http://www.platanoverde.com/platano_blog/?p=1844&cat=5#more-1844

(2011). *Trabajo Especial de Grado*. Recuperado en enero 10, 2011. Universidad Católica Andrés Bello, Escuela de Comunicación Social, de <http://www.ucab.edu.ve/teg.html>.

(2011). *Underground, un movimiento que no cesa*. Recuperado en noviembre 12, 2011, de http://www.mimagazine.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=3910&Itemid=34

(2011). *LongBoard Underground Venezuela*. Recuperado en marzo 02, 2012, de <http://ripeandomag.com/article.asp?ID=339>

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- (2011). *Medios de comunicaciones en Venezuela*. Recuperado en marzo 02, 2012, de <http://www.guia.com.ve/medios/#top>
- (2011). *¿Qué es El mercadito de la plaza?* Recuperado en marzo 02, 2012, de <http://www.elmercaditodelaplaza.com/>
- Chávez, D. (2008). *Conceptos y técnicas de recolección de datos en la investigación jurídico social*. Recuperado en marzo 18, 2011, de http://perso.unifr.ch/derechopenal/assets/files/articulos/a_20080521_56.pdf
- De Pablos, Z. (2007). *Cooltura Chacao*. Recuperado en marzo 5, 2012, de <http://arteenlared.com/archivo/2007/cooltura-chacao.html>
- García, C. (2003). *Género, egresados/as universitarios/as y reproducción social (caso venezolano)*. Recuperado en marzo 6, 2012, de <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/16337/1/genero-universitarios.pdf>
- Pereira, J. (2006). *Gratis: palabra mágica*. Recuperado en marzo 5, 2012, de <http://arteenlared.com/archivo/2007/cooltura-chacao.html>
- Programa de equidad de equidad de género y políticas públicas. (2007). *Estudio de Opinión de Investigadores/as Chilenos/as en la Aplicación a Algunos Productos Estratégicos de Programas CONICYT (Programa Bicentenario y Fondef) con el fin de realizar un análisis con perspectiva de Género de dichos instrumentos, a partir de la percepción de las y los usuarias/os*. Recuperado en febrero 29, 2012. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales de Chile (FLACSO), de www.conicyt.cl/573/articles-29302_anexo6.doc
- Rivera, J., Arellano, R., y Molero, V. (2000). *Conducta del consumidor: estrategias y tácticas aplicadas al marketing*. Recuperado en abril 14, 2011, de http://books.google.co.ve/books?id=7PHK3WfpWPEC&pg=PA111&lpg=PA111&dq=LAS+ACTITUDES+SON+POCO+ESTABLES&source=bl&ots=bwN-szGA2x&sig=nvZGIT-eDlZjnx5Gfwil-6nKOM&hl=es&ei=pG6pTouxFKjq0gHeyYiCDg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=3&ved=0CCoQ6AEwAg#v=onepage&q&f=false

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Salamanca, A., y Martín-Crespo, C. (2007). *El muestreo en la investigación cualitativa*. Recuperado en marzo 5, 2012, de http://www.fuden.es/FICHEROS_ADMINISTRADOR/F_METODOLOGICA/F_Metodologica_27.pdf
- Silvestrini, M., y Vargas, J. (2008). *Fuentes de información primaria, secundaria y terciaria*. Recuperado en febrero 29, 2012, de <http://ponce.inter.edu/cai/manuales/FUENTES-PRIMARIA.pdf>.
- Uzcátegui, M. (2011). *De Sentimiento Muerto a Vagos y Maleantes: Una lectura de la evolución de la cultura underground en Venezuela*. Recuperado en noviembre 12, 2011, de <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/actualinvestigacion/article/viewArticle/2127>.
- Valencia, L. (2010). *Underground*. Recuperado en enero 10, 2011, de <http://undergrounddelascalles.blogspot.com>.

ANEXOS A

A continuación el instrumento utilizado para abordar a los expertos en producción editorial.

Entrevista semi-estructurada

1. **¿Cuáles considera usted son las debilidades de las revistas digitales?, ¿Por qué?**

2. **¿Cuáles considera usted son las fortalezas de las revistas digitales?, ¿Por qué?**

3. **De acuerdo con el tipo de público al que va dirigido la revista, ¿cuál modalidad es más conveniente utilizar: informativa, interpretativa o de opinión?**

4. **¿Cada cuánto tiempo es recomendable colocar nueva información en una revista digital?**

5. **¿Cada cuánto tiempo debería salir una nueva edición de la revista?**

6. **Para usted, ¿cuán relacionados deberían estar los artículos e informaciones que se publiquen con la publicidad que se incluya en la revista?**

7. **¿Cuál(es) de los géneros periodísticos se adapta mejor al medio digital?, ¿Por qué?**

ANEXOS A

8. ¿Qué cantidad de caracteres se debe utilizar en el medio digital?

9. ¿Cuál de estos recursos gráficos es recomendable utilizar dentro de una revista digital: *banner*, archivos *PDF*, descargas a un dispositivo móvil, *flash*?, ¿Por qué?

10. ¿Es conveniente que los usuarios tengan la opción de suscribirse a la revista para recibir en su correo electrónico las diferentes ediciones?

11. ¿Qué tipo de diseño Web es más recomendable utilizar para la realización de una revista digital: el sitio Web dinámico, el estático o el mixto?

12. ¿Cuál(es) programa(s) recomienda para la realización de la revista digital?

13. ¿Se debe utilizar el formato de columnas para la revista digital?

14. ¿Es conveniente que el formato de la revista digital sea parecido al de las revistas impresas?

ANEXOS A

A continuación el instrumento utilizado para abordar a los estudiantes universitarios.

Cuestionario

Lee las preguntas y marca con una **X** tu respuesta.

Edad: _____

Sexo: F ☐ M ☐

1. ¿Lees revistas?

Sí ☐ No ☐

2. ¿Qué tipo de revistas prefieres leer? (marca una o más opciones)

Especializadas	☐	Femeninas	☐	Masculinas	☐
Deportivas	☐	De actualidad	☐	Juveniles	☐
Corporativas	☐				

3. ¿Posees Internet en tu casa?

Sí ☐ No ☐

4. ¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

Diariamente	☐	De dos a seis veces a la semana	☐
Entre una y tres horas a la semana	☐		

5. ¿Qué tipo de páginas Web visitas?

Informativas	☐	Educativas	☐	Redes Sociales	☐
Culturales	☐	Corporativas	☐		

ANEXOS A

6. ¿Cuáles revistas digitales conoces?

7. ¿Conoce el término *underground*?

Sí ☐ No ☐

8. ¿Te identificas con ese estilo?

Sí ☐ No ☐

9. ¿Has asistido a alguno de estos eventos?

Por el medio de la calle ☐ El mercadito de la plaza ☐
COOLtura Chacao ☐ LongBoard Underground Venezuela ☐

10. ¿Leerías una revista digital de corte *underground*?

Sí ☐ No ☐

11. ¿Cuáles son para ti las debilidades de las revistas digitales?

12. ¿Cuáles son para ti las fortalezas de las revistas digitales?

13. ¿Cuáles de estas secciones te gustaría ver en una revista digital de corte *underground*?

Música ☐ Próximos Eventos ☐ Entrevistas ☐
Actualidad ☐ Cine y teatro ☐

ANEXOS A

14. ¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

Semanal

☐

Dos veces a la semana

☐

Quincenal

☐

Mensual

☐

15. ¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

Sí ☐ No ☐

ANEXOS B

Entrevista semi-estructurada

María Gabriela Quintero Longa

Productora de las revistas: Bienmesabe, UB y Clímax y de la página Web Mesa Servida.

1. ¿Cuáles considera usted son las debilidades de las revistas digitales?, ¿Por qué?

El mundo digital es un arma de doble filo. Pienso que el reto más importante de las revistas digitales es obtener la lealtad de los lectores. A diferencia de las de papel, que son un producto conscientemente adquirido por el consumidor, los medios digitales deben tener un valor agregado para ser visitadas periódicamente.

En cuanto a las debilidades como tal, considero que la adaptación de textos es una de las principales, ya que a diferencia que en un medio impreso las características de los textos deben ser apropiadas para la página Web.

2. ¿Cuáles considera usted son las fortalezas de las revistas digitales?, ¿Por qué?

Creo que las herramientas (video, imágenes de calidad, sonido, hipervínculos) que ofrece el Internet son las fortalezas de las revistas digitales y en donde se deben enfocar para alcanzar el éxito.

ANEXOS B

- 3. De acuerdo con el tipo de público al que va dirigido la revista, ¿cuál modalidad es más conveniente utilizar: informativa, interpretativa o de opinión?**

Una revista está dividida por secciones por lo que creo que caben las tres modalidades de escritura. Si fuese un periódico o página especializada sería distinto.

- 4. ¿Cada cuánto tiempo es recomendable colocar nueva información en una revista digital?**

Creo que se debe actualizar constantemente, porque la información en la Web viaja muy rápido. El medio digital te permite que se coloque nueva información en algunas secciones y en otras no. Por ejemplo, la sección de noticias debería actualizarse diariamente o un día sí y otro no, pero los reportajes de interpretación y opinión pueden hacerse con más tiempo.

- 5. ¿Cada cuánto tiempo debería salir una nueva edición de la revista?**

Eso depende de la calidad de contenido que se desee tener, del corte de la revista y del target. A mi gusto, quincenal es perfecto.

- 6. Para usted, ¿cuán relacionados deberían estar los artículos e informaciones que se publiquen con la publicidad que se incluya en la revista?**

100% relacionados. La línea editorial debe abarcar la publicidad también. De todas maneras, casi siempre las publicidades que se logran tienen que ver con el corte de la revista; a una compañía le cuesta mucho la publicidad, por lo que selecciona sus espacios con cautela.

ANEXOS B

7. ¿Cuál(es) de los géneros periodísticos (noticia, reportaje y crónica) se adapta mejor al medio digital?, ¿Por qué?

Creo que los tres se pueden adecuar a la Web, agregando a cada uno elementos visuales que una revista de papel no puede tener. Por ejemplo, a la noticia videos informativos, el reportaje puede ser fotográfico y a la crónica se le pueden agregar sonidos e imágenes que ayuden a describir.

8. ¿Qué cantidad de caracteres se debe utilizar en el medio digital?

Una noticia debe tener máximo 4 o 5 párrafos de tres líneas cada uno. Un reportaje puede alargarse al doble, por ejemplo. Lo que se tiene que tener presente es que aunque el espacio es infinito, el interés del lector no.

9. ¿Cuál de estos recursos gráficos es recomendable utilizar dentro de una revista digital: *banner*, archivos *PDF*, descargas a un dispositivo móvil, *flash*?, ¿Por qué?

Aunque trabajo en revistas y me he involucrado con el mundo digital, no soy la mejor persona para responder esto. Me encargo principalmente de textos. Pero en mi poca experiencia el banner es uno de los más recomendables por su capacidad de captar la atención.

10. ¿Es conveniente que los usuarios tengan la opción de suscribirse a la revista para recibir en su correo electrónico las diferentes ediciones?

Creo que sí es conveniente por lo que comentaba antes de crear un nexo de lealtad entre el consumidor y la revista. De este modo, siempre va a tener presente la existencia del medio.

ANEXOS B

11. ¿Qué tipo de diseño Web es más recomendable utilizar para la realización de una revista digital: el sitio Web dinámico, el estático o el mixto?

Creo que el mixto, porque así como el estático puede ser aburrido, aquel que sea demasiado dinámico es agotador para el ojo humano.

12. ¿Cuál programa recomienda para la realización de la revista digital?

No soy la mejor persona para esta tampoco. Lo siento.

13. ¿Se debe utilizar el formato de columnas para la revista digital?

Se puede jugar con el espacio Web. Creo que es más recomendable no utilizar columnas por el hecho de que el lector tenga que subir y bajar dentro de la página. Es preferible una sola columna que se lea verticalmente.

ANEXOS B

Entrevista semi-estructurada

Fabiola Meléndez

Coordinadora Editorial y Jefe de Prensa de Publicaciones Glasse, C.A.

Colaboradora de prensa en PrimeraClase.net y en la Revista Actitud Venezuela.

1. ¿Cuáles considera usted son las debilidades de las revistas digitales?, ¿Por qué?

El acceso limitado a la información, pues requiere del uso de Internet.

La lectoría es muy limitada, ya que no todo el mundo está acostumbrado a leer en formato digital y el acceso a Internet suele ser más restringido, sobre todo en nuestro país.

2. ¿Cuáles considera usted son las fortalezas de las revistas digitales?, ¿Por qué?

La inmediatez en la información.

El alcance internacional.

Reducción de costos de producción en comparación a medios impresos.

ANEXOS B

- 3. De acuerdo con el tipo de público al que va dirigido la revista, ¿cuál modalidad es más conveniente utilizar: informativa, interpretativa o de opinión?**

Informativa, ya que considero que el lector digital es más práctico, tiene poco tiempo para la lectura y está en la búsqueda de información precisa, de igual manera, generalmente, la revisa desde equipos celulares o tablas, lo cual en algunos casos dificulta el proceso de lecturas más largas.

- 4. ¿Cada cuánto tiempo es recomendable colocar nueva información en una revista digital?**

Al menos semanalmente. Actualmente, las redes sociales han revolucionado el mundo digital con la inmediatez de la información, por ello la competencia es grande. Sin embargo, esto es en casos de revistas informativas. En el caso de revistas digitales especializadas, por ejemplo, médicas, de arquitectura, etc., podría ser mensualmente.

- 5. ¿Cada cuánto tiempo debería salir una nueva edición de la revista?**

*** Aplica la respuesta de la pregunta 4.

- 6. Para usted, ¿cuán relacionados deberían estar los artículos e informaciones que se publiquen con la publicidad que se incluya en la revista?**

No necesariamente deben estar relacionadas la información y la publicidad en una revista digital masiva de información general y variedades, por ejemplo.

ANEXOS B

En mi opinión, esta condición aplica más a revistas especializadas. Me explico mejor: en una revista de arquitectura, se tratará un tema acerca del mármol en las cocinas, y cercana a la sección podría estar colocada la publicidad de algún proveedor de mármol, esto no sólo sustentará el artículo, sino que al mismo tiempo le brindará al cliente un valor agregado a su pauta publicitaria.

Lo que sí se debe cuidar en ambos casos, es que la publicidad esté relacionada al target al que va dirigido la publicación, pues es lo único que garantizará su efectividad y la congruencia del medio.

7. ¿Cuál(es) de los géneros periodísticos (noticia, reportaje y crónica) se adapta mejor al medio digital?, ¿Por qué?

Noticia, por lo que te he comentado anteriormente de la precisión en la información, tan necesaria en las revistas digitales.

8. ¿Qué cantidad de caracteres se debe utilizar en el medio digital?

1.500 máximos.

9. ¿Cuál de estos recursos gráficos es recomendable utilizar dentro de una revista digital: *banner*, archivos *PDF*, descargas a un dispositivo móvil, *flash*?, ¿Por qué?

Banner: para la publicidad es estrictamente necesario.

Archivos PDF: descartaría esta opción por completo para una revista digital. No genera una lectura dinámica ni invita al lector a continuar revisando la información.

ANEXOS B

Descargas a un dispositivo móvil: indudablemente es lo que pide el mercado mundial actualmente. Una aplicación, ya sea para el BB o el iPhone. Sin embargo, debería someterse a evaluación de acuerdo al target al que va dirigida la publicación.

Flash: en la mayoría de los casos, retarda la carga de la página, pues no todos tienen acceso a un servicio de Internet tan veloz que permita un rápido funcionamiento.

10. ¿Es conveniente que los usuarios tengan la opción de suscribirse a la revista para recibir en su correo electrónico las diferentes ediciones?

Por supuesto, en gran medida es lo que le garantizará a la revista asegurar al lector. Sin embargo, si la suscripción es paga, limitará a los lectores.

De igual forma, es importante recordar en este caso, que las versiones digitales pierden permanencia, en cambio una revista impresa siempre está allí, en cualquier momento puede leerse y tener acceso a múltiples lectores.

11. ¿Qué tipo de diseño Web es más recomendable utilizar para la realización de una revista digital: el sitio Web dinámico, el estático o el mixto?

El mixto, ya que despierta el interés e invita al lector a continuar revisando la publicación, pero sin bombardearlo de tantos gráficos o animaciones, lo cual en algunos casos los aturde.

ANEXOS B

12. ¿Cuál programa recomienda para la realización de la revista digital?

No tengo conocimientos de programación, conozco el *Quarkxpress* para la diagramación y *Photoshop*, *Corel* e *Illustrator* para el diseño.

13. ¿Se debe utilizar el formato de columnas para la revista digital?

No, considero que no es un formato dinámico y amigable para el lector digital.

ANEXOS B

Entrevista semi-estructurada

Julio César Miquilena

Mercadólogo

Ilustrador y Diseñador Gráfico de Imagen Color (impresión digital)

1. ¿Cuáles considera usted son las debilidades de las revistas digitales?, ¿Por qué?

La principal debilidad de la revista digital se encuentra en la necesidad de tener Internet para poder estar al tanto de las informaciones. A diferencia de los medios impresos, creo que aunque tenga un alcance internacional; no llega a todos los usuarios que se pretende.

2. ¿Cuáles considera usted son las fortalezas de las revistas digitales?, ¿Por qué?

La interactividad que ofrece al usuario y la rapidez en que se transmite una información. La revista digital cumple con las exigencias del consumidor moderno.

3. De acuerdo con el tipo de público al que va dirigido la revista, ¿cuál modalidad es más conveniente utilizar: informativa, interpretativa o de opinión?

No tengo conocimientos sobre esta pregunta.

ANEXOS B

4. ¿Cada cuánto tiempo es recomendable colocar nueva información en una revista digital?

Esto debe decidirlo un periodista o el dueño del medio; sin embargo es conveniente mantener actualizada la revista, de ser posible, diariamente. No necesariamente con artículos o informaciones muy profundas o extensas, simplemente aprovechando la inmediatez de este medio.

5. ¿Cada cuánto tiempo debería salir una nueva edición de la revista?

Generalmente los medios impresos se toman aproximadamente un mes entre una edición y otra, por el trabajo que esto conlleva. Sin embargo, cuando se habla de un medio digital es conveniente que el plazo de tiempo sea menor, así que recomiendo cada quince días.

6. Para usted, ¿cuán relacionados deberían estar los artículos e informaciones que se publiquen con la publicidad que se incluya en la revista?

Cada empresa debe decidir donde publica sus anuncios. Pero mientras más esté relacionado el producto con la filosofía y los temas de la revista, más efectivo será el mensaje.

7. ¿Cuál(es) de los géneros periodísticos (noticia, reportaje y crónica) se adapta mejor al medio digital?, ¿Por qué?

No tengo conocimientos sobre esta pregunta.

ANEXOS B

8. ¿Qué cantidad de caracteres se debe utilizar en el medio digital?

Mientras más corta y precisa sea la información, mejor. Leer en la computadora o en un dispositivo móvil es molesto para algunos usuarios, así que recomiendo la comunicación en pocas palabras.

9. ¿Cuál de estos recursos gráficos es recomendable utilizar dentro de una revista digital: *banner*, archivos *PDF*, descargas a un dispositivo móvil, *flash*?, ¿Por qué?

Todos estos recursos son utilizados para el medio digital y a elección del cliente. El *banner* es la herramienta clásica para publicitar un producto en Internet. Los archivos *PDF* sirven para guardar la información que ya leíste en tu computador. Las descargas a un móvil son el recurso que más debe aprovecharse actualmente, porque permite al usuario que no se encuentra en el computador trasladar un contenido. En el caso del *flash*, lo recomendaría más para una página Web común y no para una revista digital.

10. ¿Es conveniente que los usuarios tengan la opción de suscribirse a la revista para recibir en su correo electrónico las diferentes ediciones?

Sí, porque actualmente es muy importante la relación entre el usuario y el medio. A través del correo electrónico se envían las nuevas ediciones de la revista o alguna información importante. También es bueno mantener conexión a través del *Twitter* o el *Facebook*.

11. ¿Qué tipo de diseño Web es más recomendable utilizar para la realización de una revista digital: el sitio Web dinámico, el estático o el mixto?

ANEXOS B

El mixto. Se debe ofrecer información sencilla, pero con un diseño atractivo que invite al lector a saber más.

12. ¿Cuál programa recomienda para la realización de la revista digital?

Adobe Photoshop, illustrator, Adobe InDesign y Quarkxpress.

13. ¿Se debe utilizar el formato de columnas para la revista digital?

No, se puede diseñar algo más moderno y llamativo para el lector.
El diseño de columnas es más conveniente para ediciones impresas.

ANEXOS C

Statistics

		Edad
N	Valid	200
	Missing	0
	Mean	21,68
	Median	21,00
	Mode	19
	Std. Deviation	2,900
	Skewness	1,405
	Std. Error of Skewness	,172
	Kurtosis	3,740
	Std. Error of Kurtosis	,342
	Sum	4335

Statistics

Frequency Table

Edad

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16	1	,5	,5	,5
	17	2	1,0	1,0	1,5
	18	13	6,5	6,5	8,0
	19	35	17,5	17,5	25,5
	20	24	12,0	12,0	37,5
	21	31	15,5	15,5	53,0
	22	28	14,0	14,0	67,0
	23	25	12,5	12,5	79,5
	24	15	7,5	7,5	87,0
	25	10	5,0	5,0	92,0
	26	7	3,5	3,5	95,5
	27	1	,5	,5	96,0

ANEXOS C

28	2	1,0	1,0	97,0
29	2	1,0	1,0	98,0
31	1	,5	,5	98,5
32	2	1,0	1,0	99,5
36	1	,5	,5	100,0
Total	200	100,0	100,0	

Sexo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Masculino	79	39,5	39,5	39,5
	Femenino	121	60,5	60,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

¿Usas Internet?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	200	100,0	100,0	100,0

¿Lees revistas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	200	100,0	100,0	100,0

¿Qué tipo de revistas prefieres leer?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Especializadas	58	29,0	29,0	29,0
	Variedades	78	39,0	39,0	68,0
	Políticas	4	2,0	2,0	70,0

ANEXOS C

Deportivas	33	16,5	16,5	86,5
De Economía	1	,5	,5	87,0
De Actualidad	16	8,0	8,0	95,0
Juveniles	9	4,5	4,5	99,5
Corporativas	1	,5	,5	100,0
Total	200	100,0	100,0	

¿Posees Internet en tu casa?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	197	98,5	98,5	98,5
No	3	1,5	1,5	100,0
Total	200	100,0	100,0	

¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Diariamente	184	92,0	92,0	92,0
De 2 a 4 días a la semana	13	6,5	6,5	98,5
1 día a la semana	2	1,0	1,0	99,5
Menos de 1 día a la semana	1	,5	,5	100,0
Total	200	100,0	100,0	

¿Visitas páginas Web informativas?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	154	77,0	77,0	77,0
No	46	23,0	23,0	100,0
Total	200	100,0	100,0	

ANEXOS C

¿Visitas páginas Web educativas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	96	48,0	48,0	48,0
	No	104	52,0	52,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

¿Visitas redes sociales?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	181	90,5	90,5	90,5
	No	19	9,5	9,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

¿Visitas páginas Web culturales?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	92	46,0	46,0	46,0
	No	108	54,0	54,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

¿Visitas páginas Web corporativas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	46	23,0	23,0	23,0
	No	154	77,0	77,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

ANEXOS C

¿Alguna vez has leído una revista digital?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	117	58,5	58,5	58,5
	No	83	41,5	41,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

¿Conoces la revista digital Tú en Línea?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	4	2,0	100,0	100,0
Missing	System	196	98,0		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Tendencias 21?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital ProDavinci?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	3	1,5	100,0	100,0
Missing	System	197	98,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital ZP Magazine?

ANEXOS C

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Distorsion?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	2	1,0	100,0	100,0
Missing	System	198	99,0		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Bazar?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Vouge?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	3	1,5	100,0	100,0
Missing	System	197	98,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital IFAB?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0

ANEXOS C

Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital CyZone?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	2	1,0	100,0	100,0
Missing	System	198	99,0		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital BBC?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Interamericana de Bibliotecología?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

ANEXOS C

¿Conoces la revista digital Entre Rayas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	3	1,5	100,0	100,0
Missing	System	197	98,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Metapolítica?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Ecoinvest?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Glamour?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	3	1,5	100,0	100,0
Missing	System	197	98,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital PC World?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

ANEXOS C

Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital PC Magazine?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	3	1,5	100,0	100,0
Missing	System	197	98,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Exceso?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Mecánica Popular?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Sport Life?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

ANEXOS C

¿Conoces la revista digital Hola?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Geociencias?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Estampas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Psicología Científica?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	3	1,5	100,0	100,0
Missing	System	197	98,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Psicología on Line?

ANEXOS C

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	2	1,0	100,0	100,0
Missing	System	198	99,0		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital El Salmón?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Orbis?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	3	1,5	100,0	100,0
Missing	System	197	98,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Negotium?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Guayoyo en Letras?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	3	1,5	100,0	100,0

ANEXOS C

Missing	System	197	98,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Factum?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Vanity Fair?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Photomagazine?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Muheve?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?

ANEXOS C

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Pijama Surf?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Letralia?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Dialnet?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	2	1,0	100,0	100,0
Missing	System	198	99,0		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Plátano Verde?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	2	1,0	100,0	100,0

ANEXOS C

Missing	System	198	99,0		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Comunicación?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital The Daily?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Economist?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Time?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

ANEXOS C

¿Conoces la revista digital Razor.Monkey?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Vida Extrema?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	4	2,0	100,0	100,0
Missing	System	196	98,0		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Rolling Stone Magazine?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Marca?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital 7 Capas?

ANEXOS C

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	2	1,0	100,0	100,0
Missing	System	198	99,0		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Urbe Bikini?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital La Doce?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Acceso Directv?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Prisma?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0

ANEXOS C

Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital BussinesWeek?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	73	36,5	42,0	42,0
	No	101	50,5	58,0	100,0
	Total	174	87,0	100,0	
Missing	System	26	13,0		
	Total	200	100,0		

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	98	49,0	56,3	56,3
	No	76	38,0	43,7	100,0
	Total	174	87,0	100,0	
Missing	System	26	13,0		
	Total	200	100,0		

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

ANEXOS C

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	1	,5	,6	,6
	Sí	13	6,5	7,5	8,0
	No	160	80,0	92,0	100,0
	Total	174	87,0	100,0	
Missing	System	26	13,0		
	Total	200	100,0		

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	,5	,5
	No	183	91,5	99,5	100,0
	Total	184	92,0	100,0	
Missing	System	16	8,0		
	Total	200	100,0		

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	110	55,0	59,5	59,5
	No	75	37,5	40,5	100,0
	Total	185	92,5	100,0	
Missing	System	15	7,5		
	Total	200	100,0		

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	101	50,5	54,9	54,9

ANEXOS C

	No	83	41,5	45,1	100,0
	Total	184	92,0	100,0	
Missing	System	16	8,0		
	Total	200	100,0		

¿Conoces el término Underground?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	152	76,0	76,0	76,0
	No	48	24,0	24,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

¿Te identificas con este estilo?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	67	33,5	33,5	33,5
	No	133	66,5	66,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	133	66,5	66,5	66,5
	No	67	33,5	33,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	96	48,0	48,0	48,0

ANEXOS C

No	104	52,0	52,0	100,0
Total	200	100,0	100,0	

¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	74	37,0	37,0	37,0
No	126	63,0	63,0	100,0
Total	200	100,0	100,0	

¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	21	10,5	10,5	10,5
No	179	89,5	89,5	100,0
Total	200	100,0	100,0	

¿No has asistido a ninguno?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	44	22,0	22,0	22,0
No	156	78,0	78,0	100,0
Total	200	100,0	100,0	

¿Leerías una revista digital de corte underground?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	165	82,5	82,5	82,5
No	35	17,5	17,5	100,0
Total	200	100,0	100,0	

ANEXOS C

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	146	73,0	86,4	86,4
	No	23	11,5	13,6	100,0
	Total	169	84,5	100,0	
Missing	System	31	15,5		
	Total	200	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	123	61,5	72,8	72,8
	No	46	23,0	27,2	100,0
	Total	169	84,5	100,0	
Missing	System	31	15,5		
	Total	200	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	86	43,0	52,1	52,1
	No	79	39,5	47,9	100,0
	Total	165	82,5	100,0	
Missing	System	35	17,5		
	Total	200	100,0		

ANEXOS C

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de

Diseño?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	123	61,5	74,5	74,5
	No	42	21,0	25,5	100,0
	Total	165	82,5	100,0	
Missing	System	35	17,5		
	Total	200	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de

Danza?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	55	27,5	33,3	33,3
	No	110	55,0	66,7	100,0
	Total	165	82,5	100,0	
Missing	System	35	17,5		
	Total	200	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de

Orfebrería?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	50	25,0	30,3	30,3
	No	115	57,5	69,7	100,0
	Total	165	82,5	100,0	
Missing	System	35	17,5		
	Total	200	100,0		

ANEXOS C

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	110	55,0	66,7	66,7
	No	55	27,5	33,3	100,0
	Total	165	82,5	100,0	
Missing	System	35	17,5		
	Total	200	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	134	67,0	81,2	81,2
	No	31	15,5	18,8	100,0
	Total	165	82,5	100,0	
Missing	System	35	17,5		
	Total	200	100,0		

¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Semanal	49	24,5	29,7	29,7
	Quincenal	50	25,0	30,3	60,0
	Mensual	63	31,5	38,2	98,2
	Bimestral	3	1,5	1,8	100,0
	Total	165	82,5	100,0	
Missing	System	35	17,5		
	Total	200	100,0		

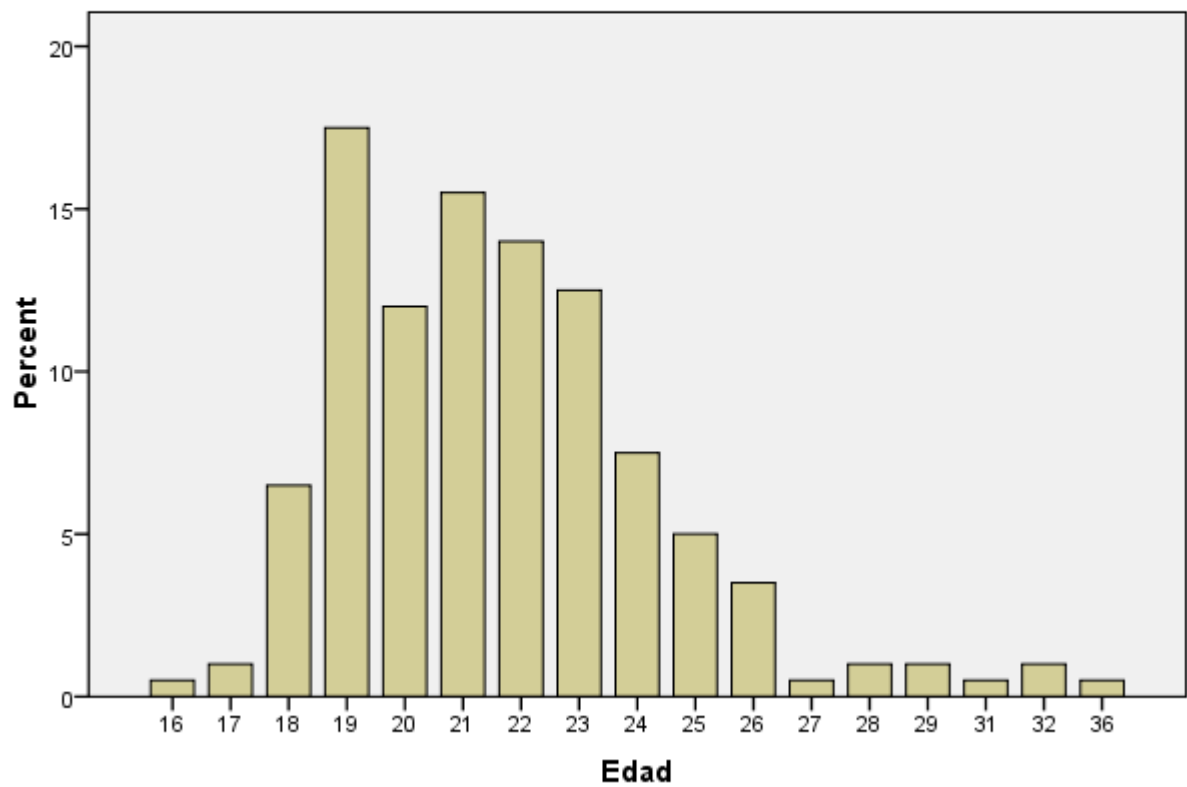
ANEXOS C

¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

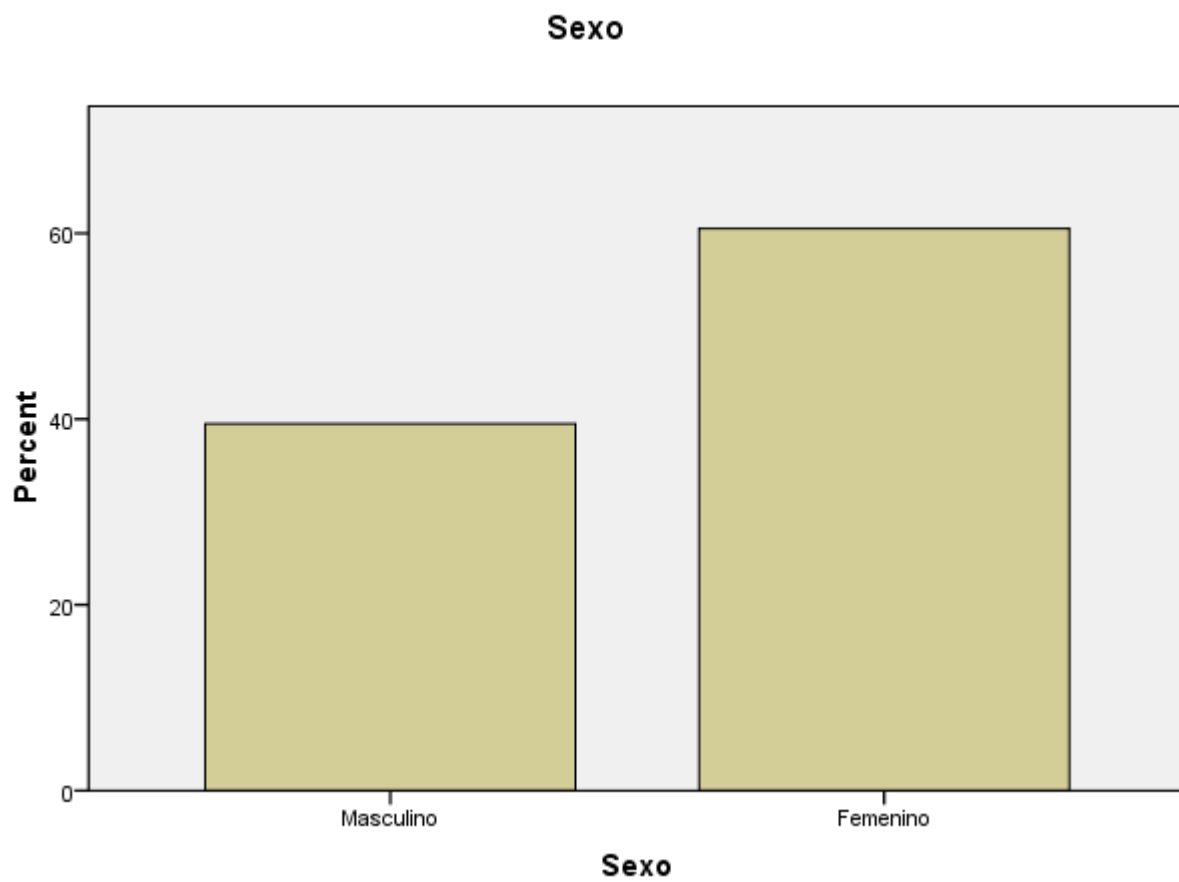
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	131	65,5	78,9	78,9
	No	35	17,5	21,1	100,0
	Total	166	83,0	100,0	
Missing	System	34	17,0		
	Total	200	100,0		

Bar Chart

Edad

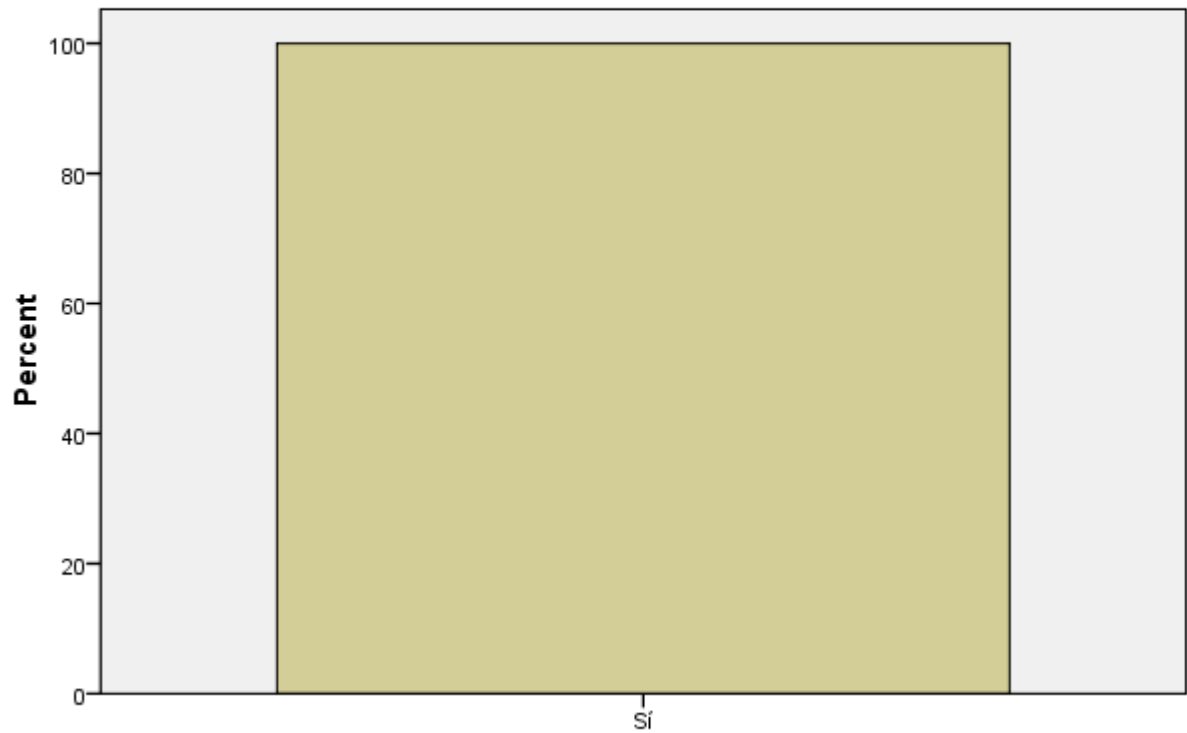


ANEXOS C



ANEXOS C

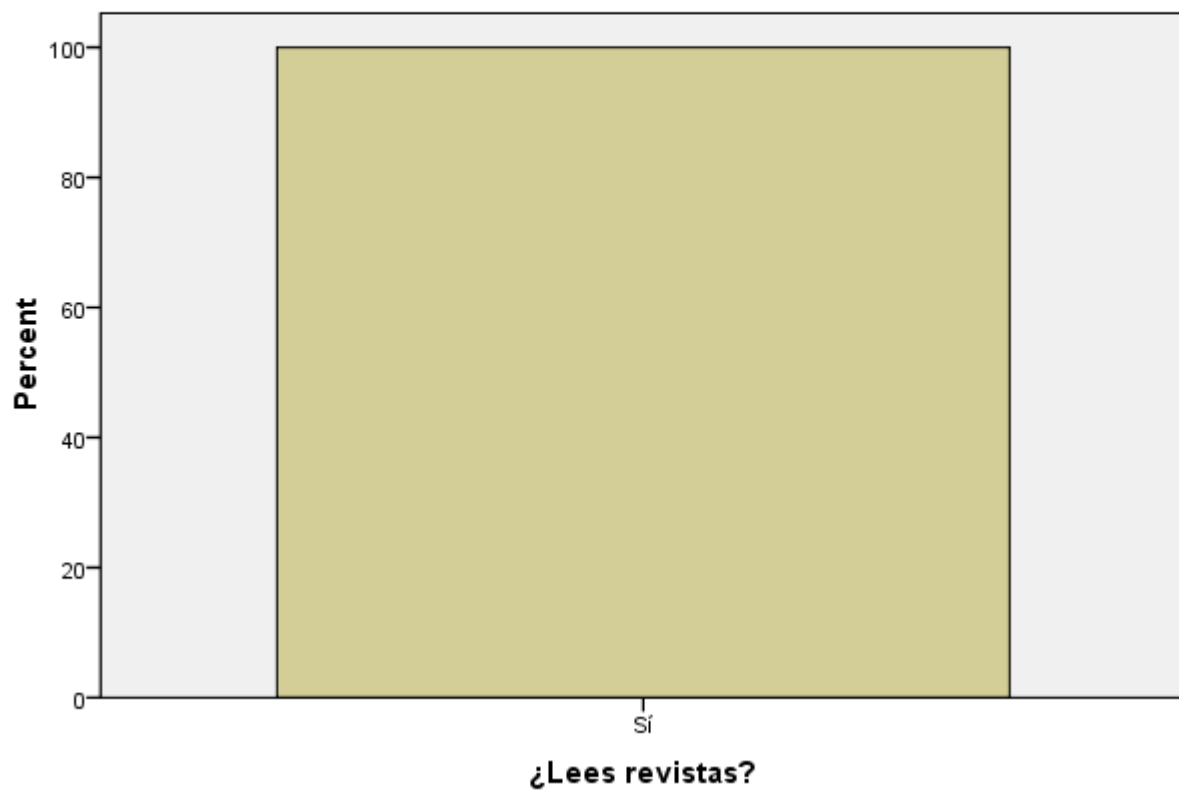
¿Usas Internet?



¿Usas Internet?

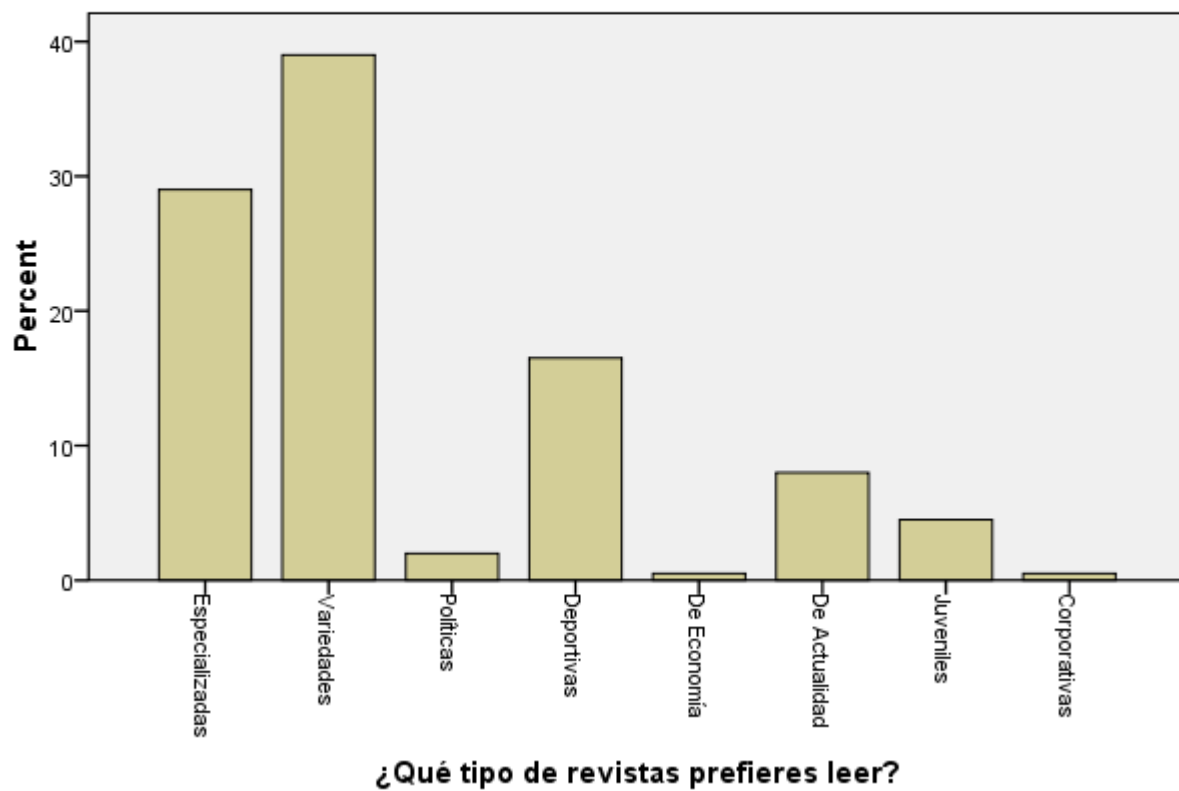
ANEXOS C

¿Lees revistas?



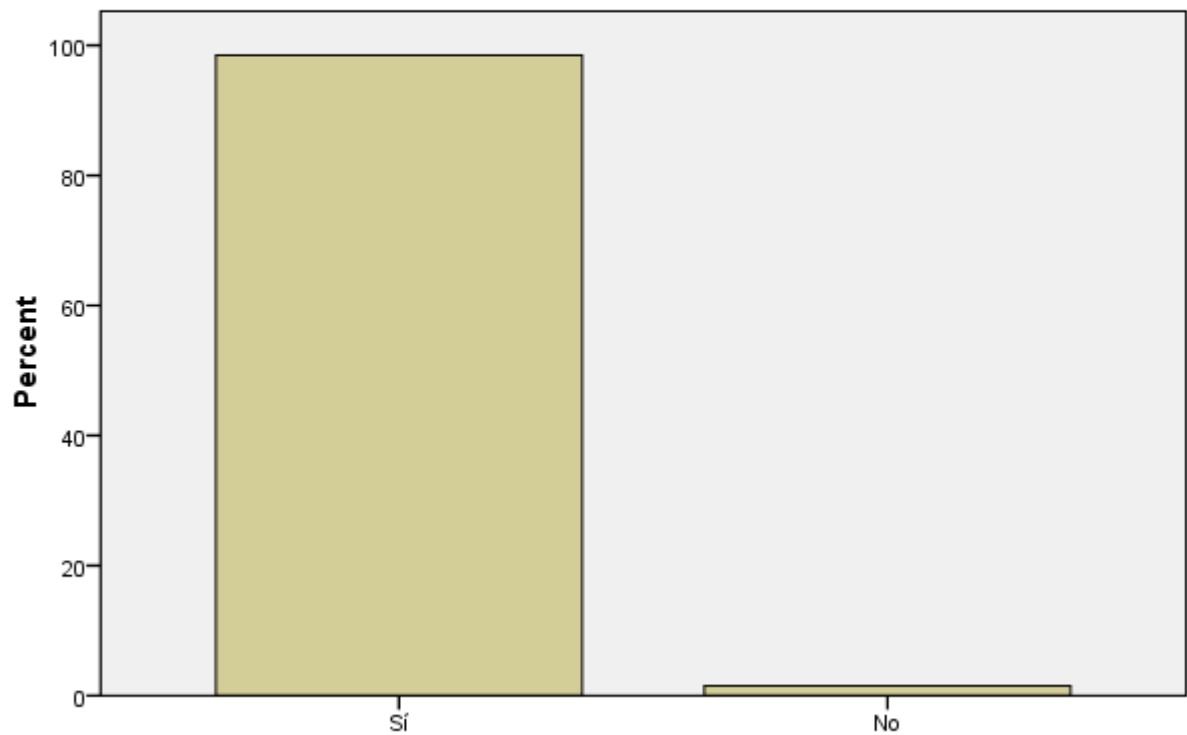
ANEXOS C

¿Qué tipo de revistas prefieres leer?



ANEXOS C

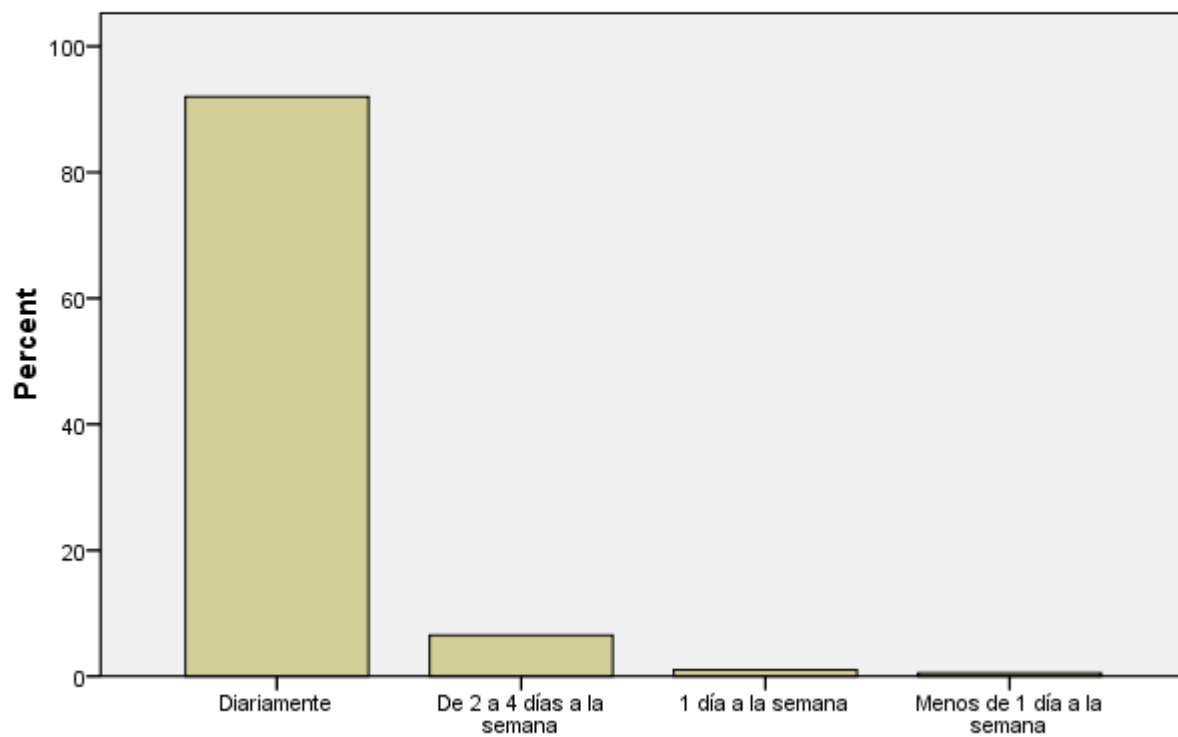
¿Posees Internet en tu casa?



¿Posees Internet en tu casa?

ANEXOS C

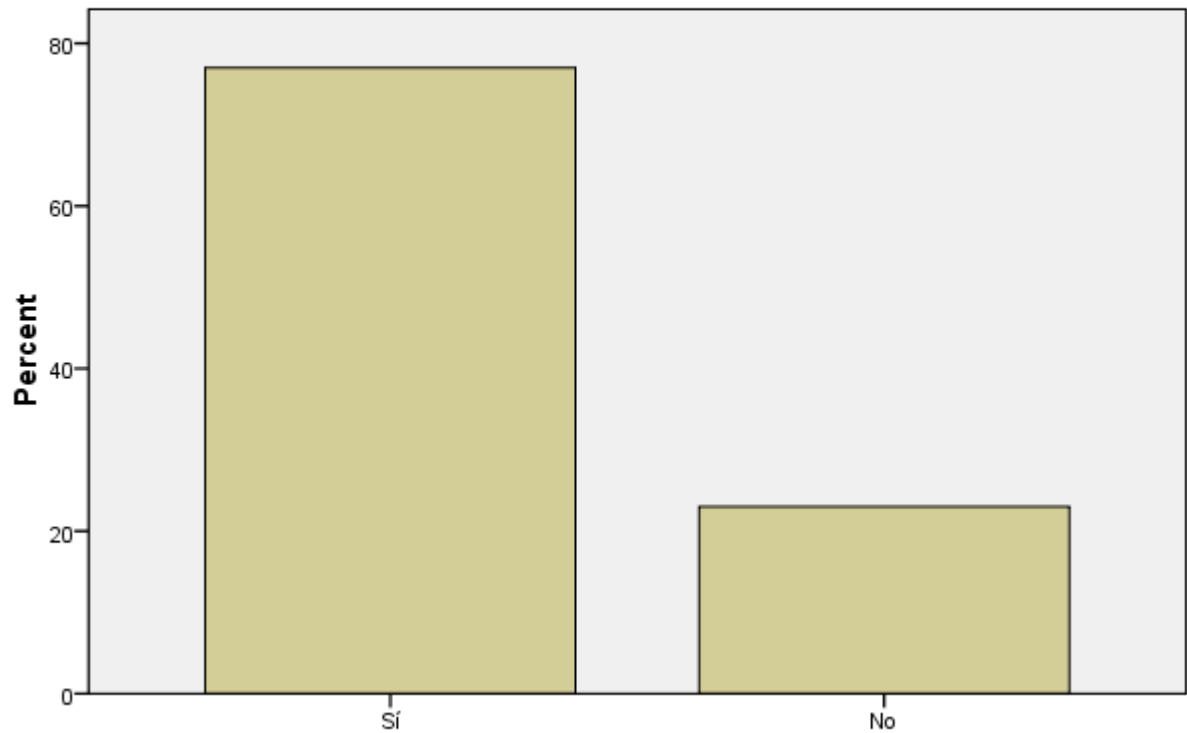
¿Con qué frecuencia utilizas Internet?



¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

ANEXOS C

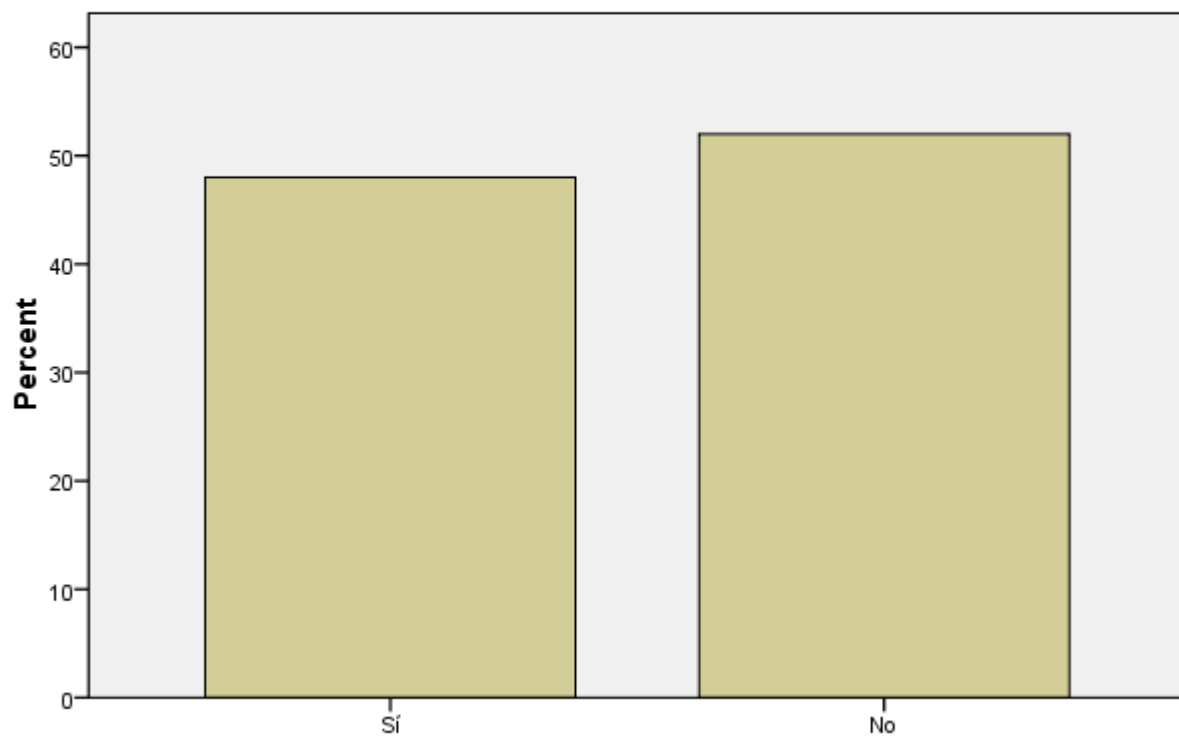
¿Visitas páginas Web informativas?



¿Visitas páginas Web informativas?

ANEXOS C

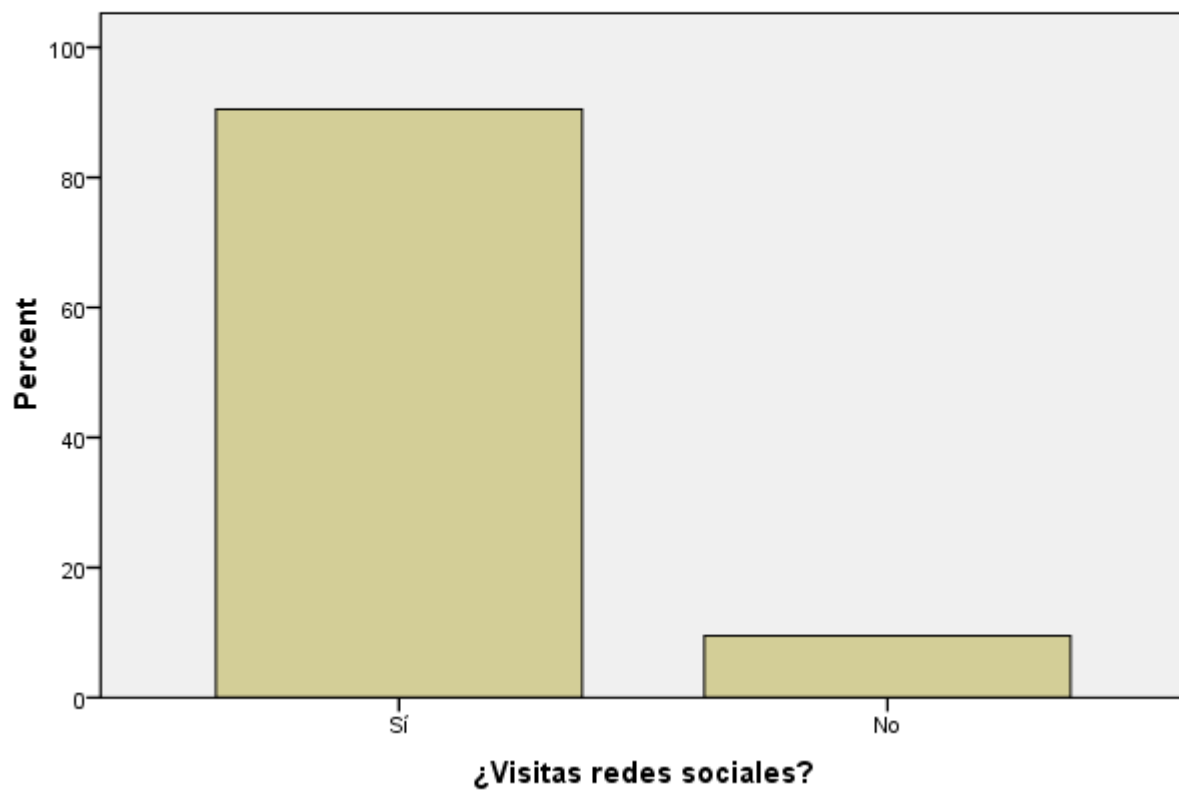
¿Visitas páginas Web educativas?



¿Visitas páginas Web educativas?

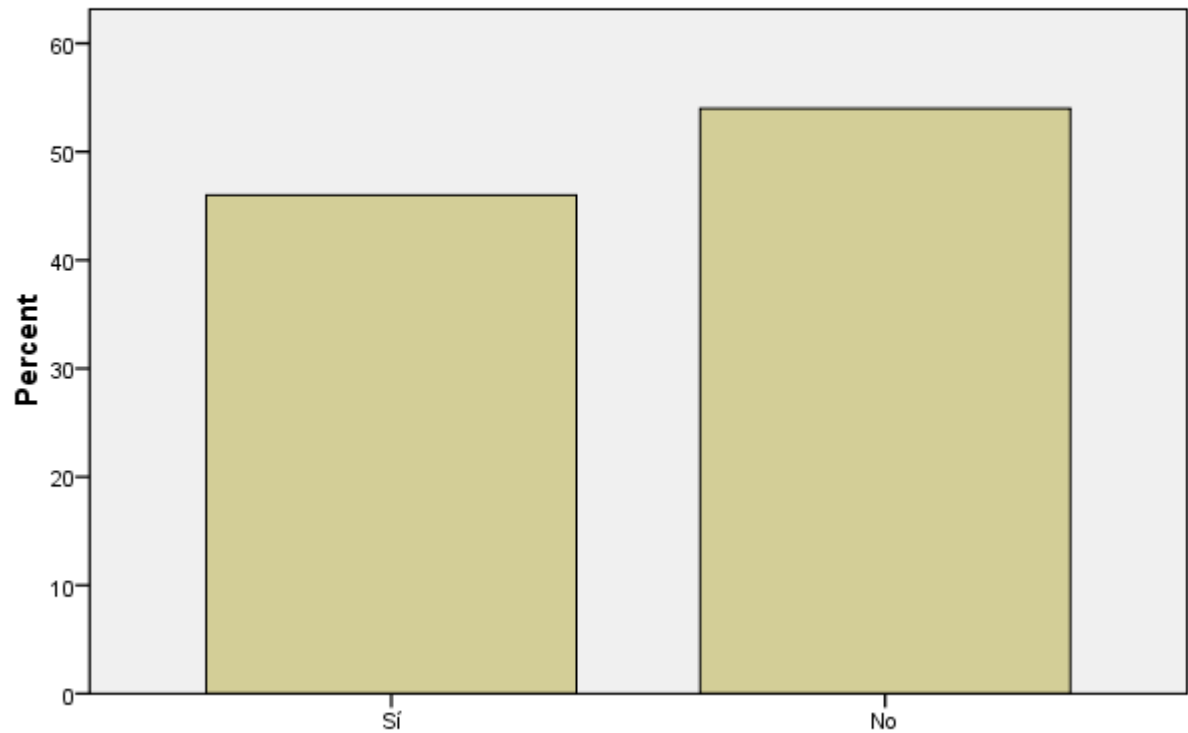
ANEXOS C

¿Visitas redes sociales?



ANEXOS C

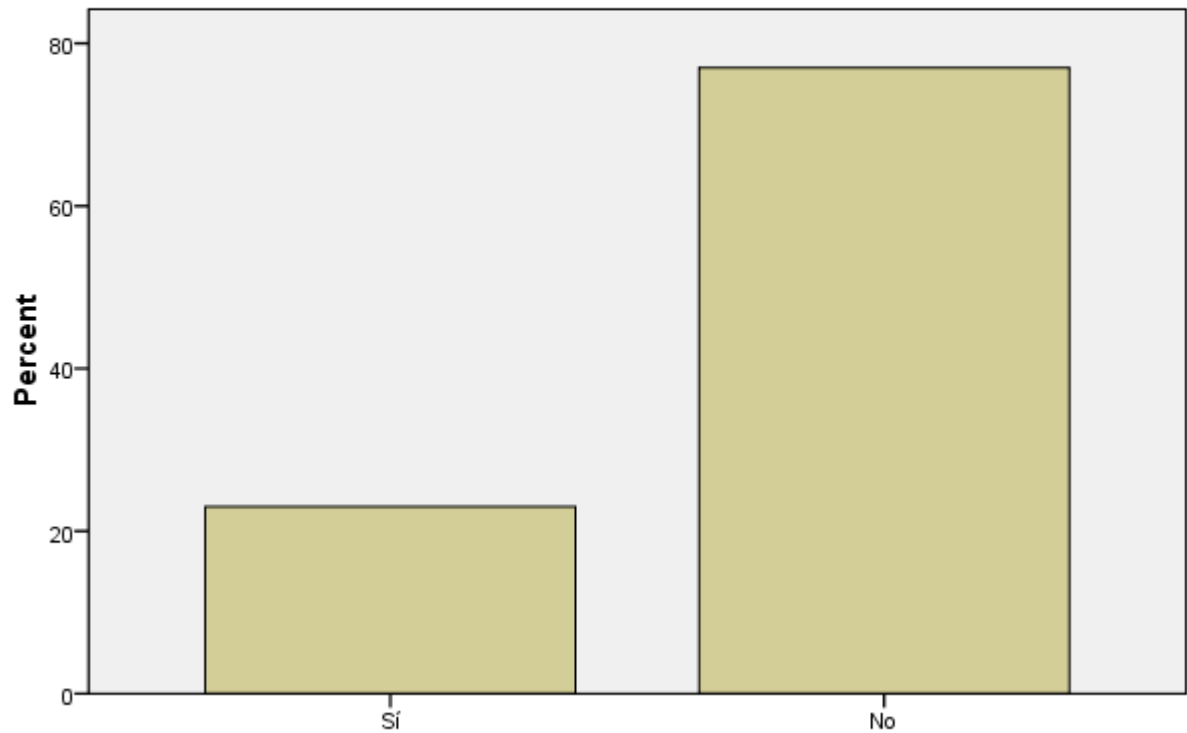
¿Visitas páginas Web culturales?



¿Visitas páginas Web culturales?

ANEXOS C

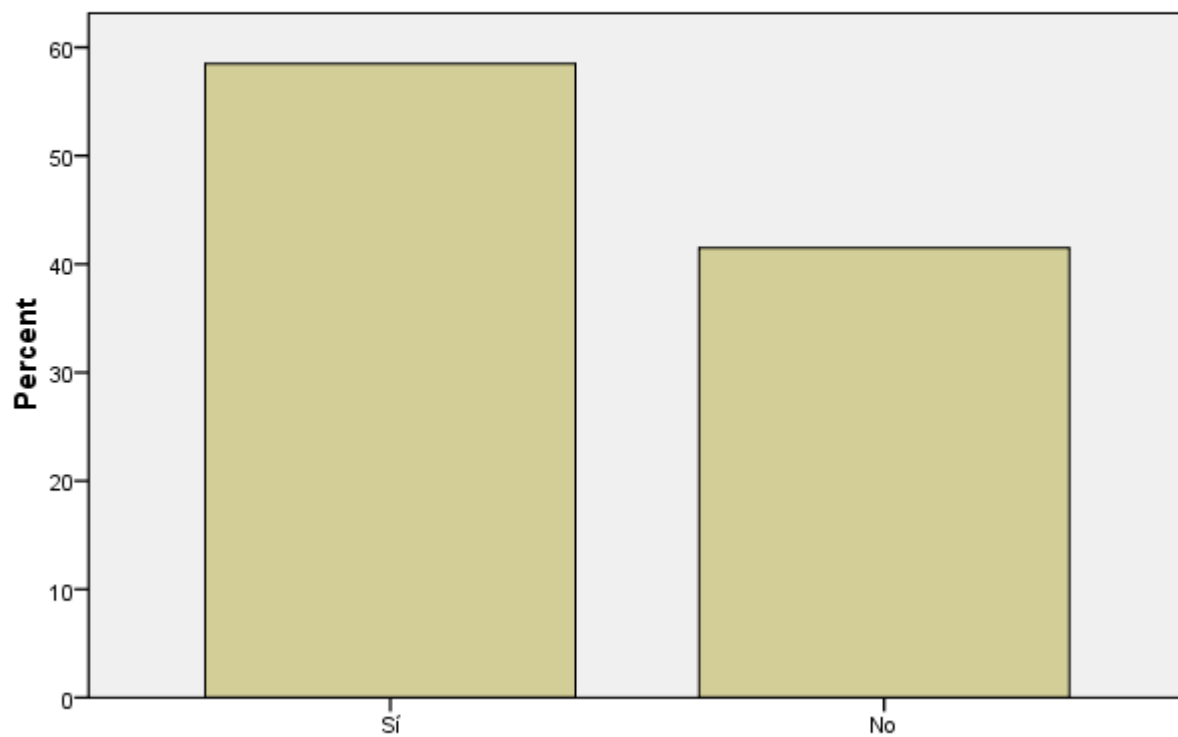
¿Visitas páginas Web corporativas?



¿Visitas páginas Web corporativas?

ANEXOS C

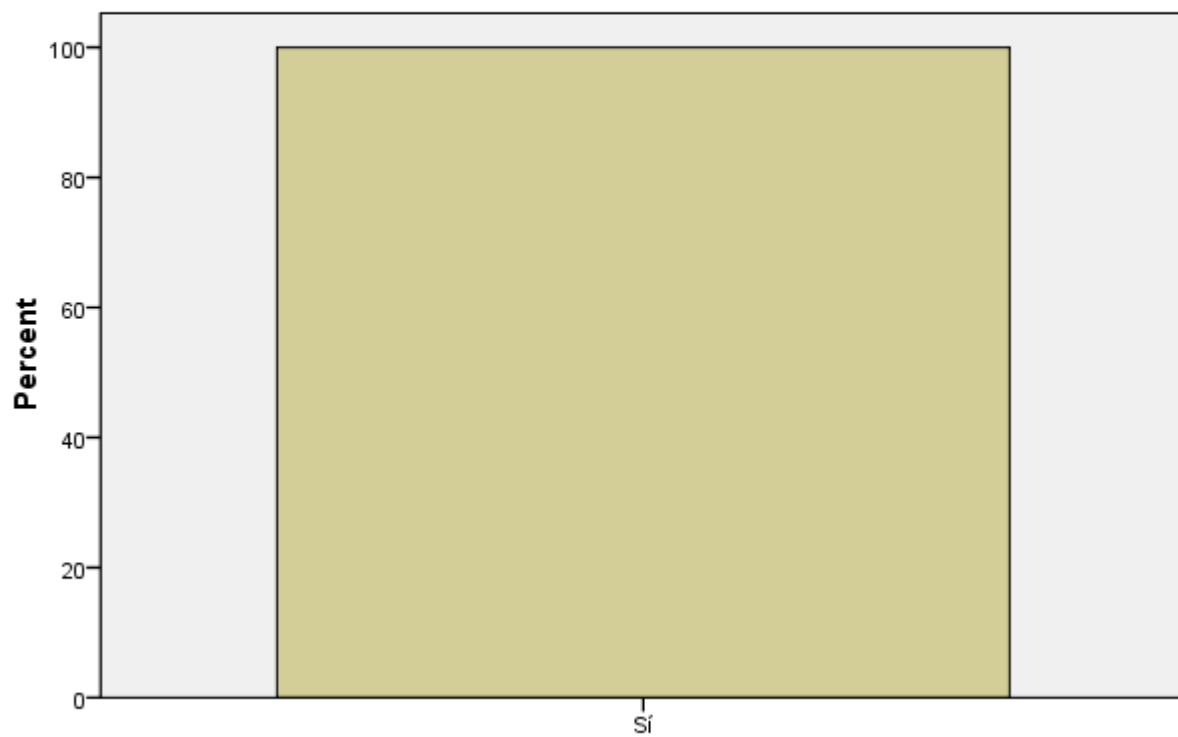
¿Alguna vez has leído una revista digital?



¿Alguna vez has leído una revista digital?

ANEXOS C

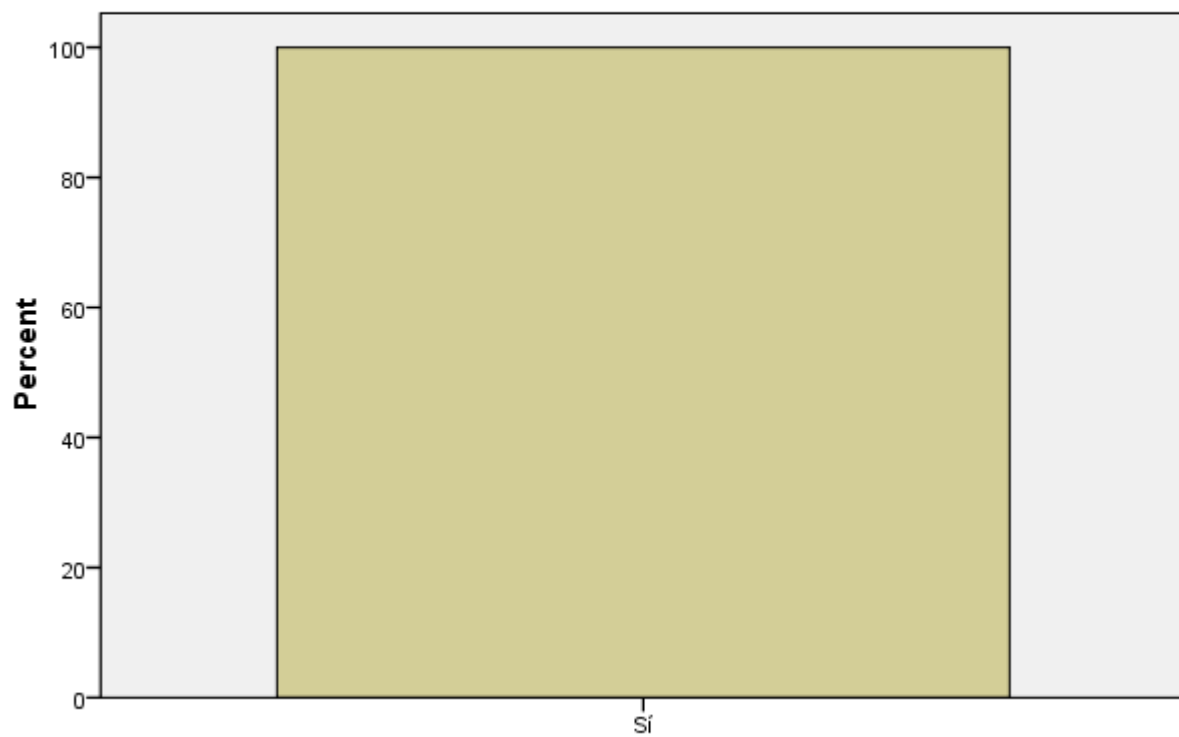
¿Conoces la revista digital Tú en Línea?



¿Conoces la revista digital Tú en Línea?

ANEXOS C

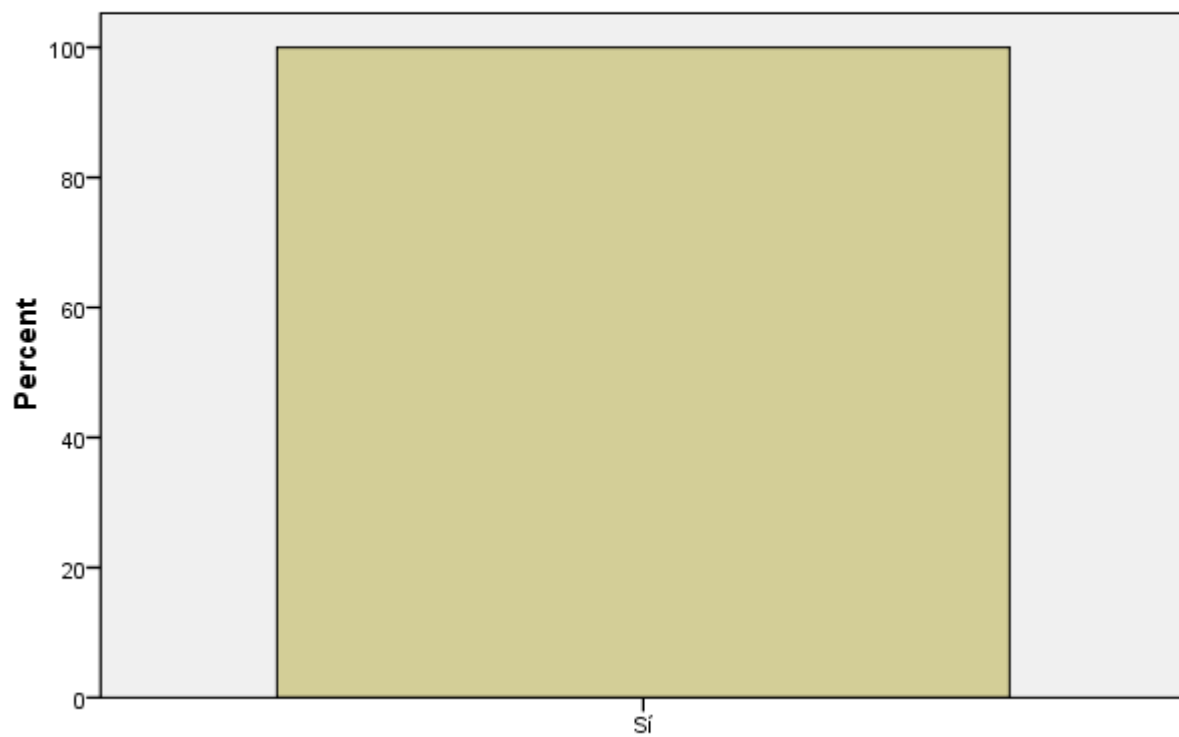
¿Conoces la revista digital Tendencias 21?



¿Conoces la revista digital Tendencias 21?

ANEXOS C

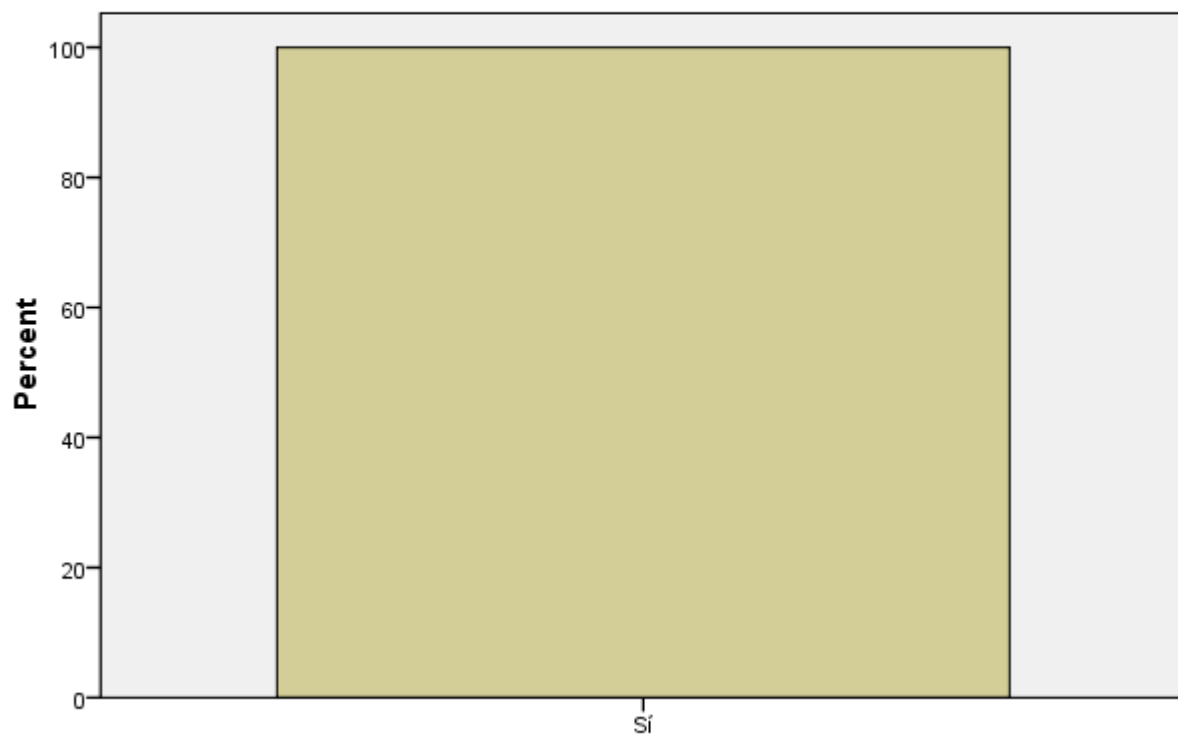
¿Conoces la revista digital ProDavinci?



¿Conoces la revista digital ProDavinci?

ANEXOS C

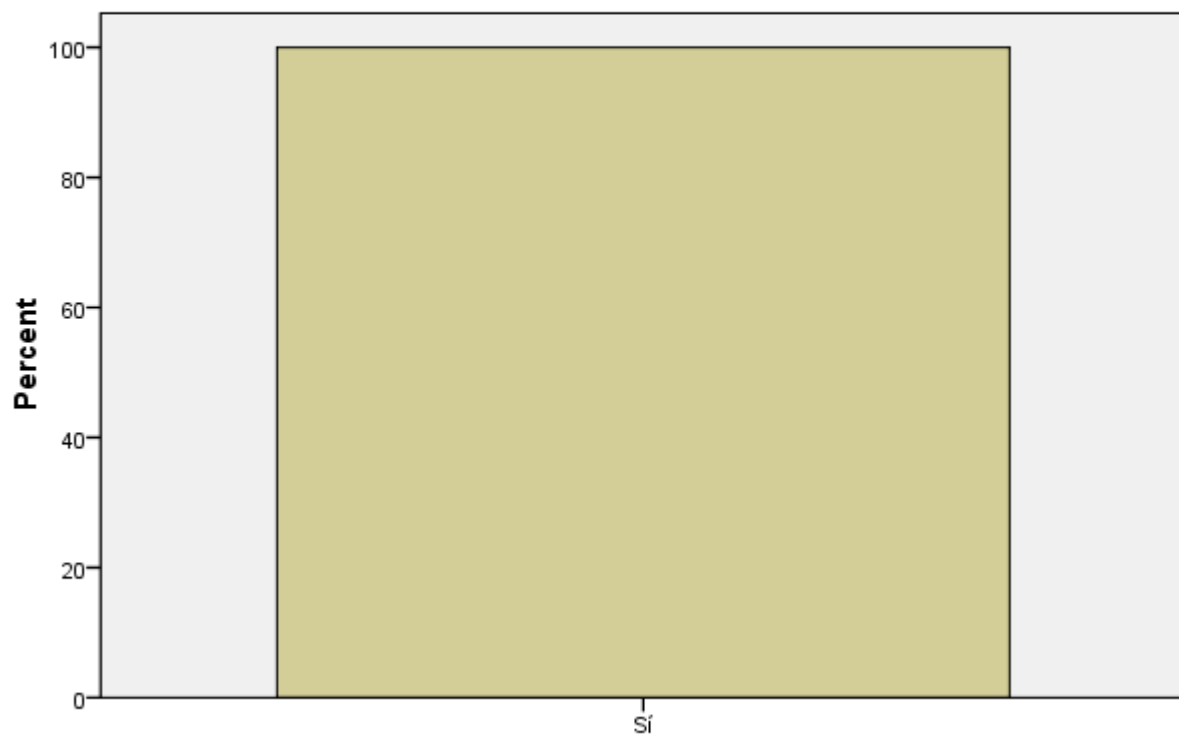
¿Conoces la revista digital ZP Magazine?



¿Conoces la revista digital ZP Magazine?

ANEXOS C

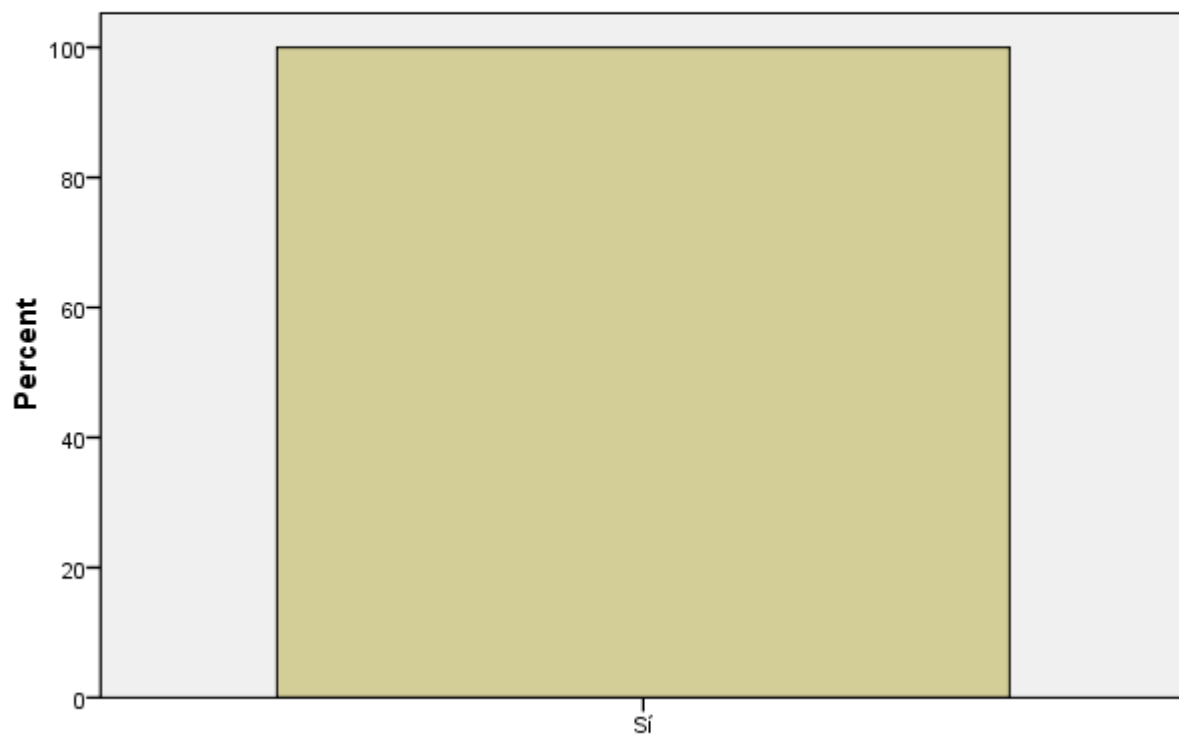
¿Conoces la revista digital Distorsion?



¿Conoces la revista digital Distorsion?

ANEXOS C

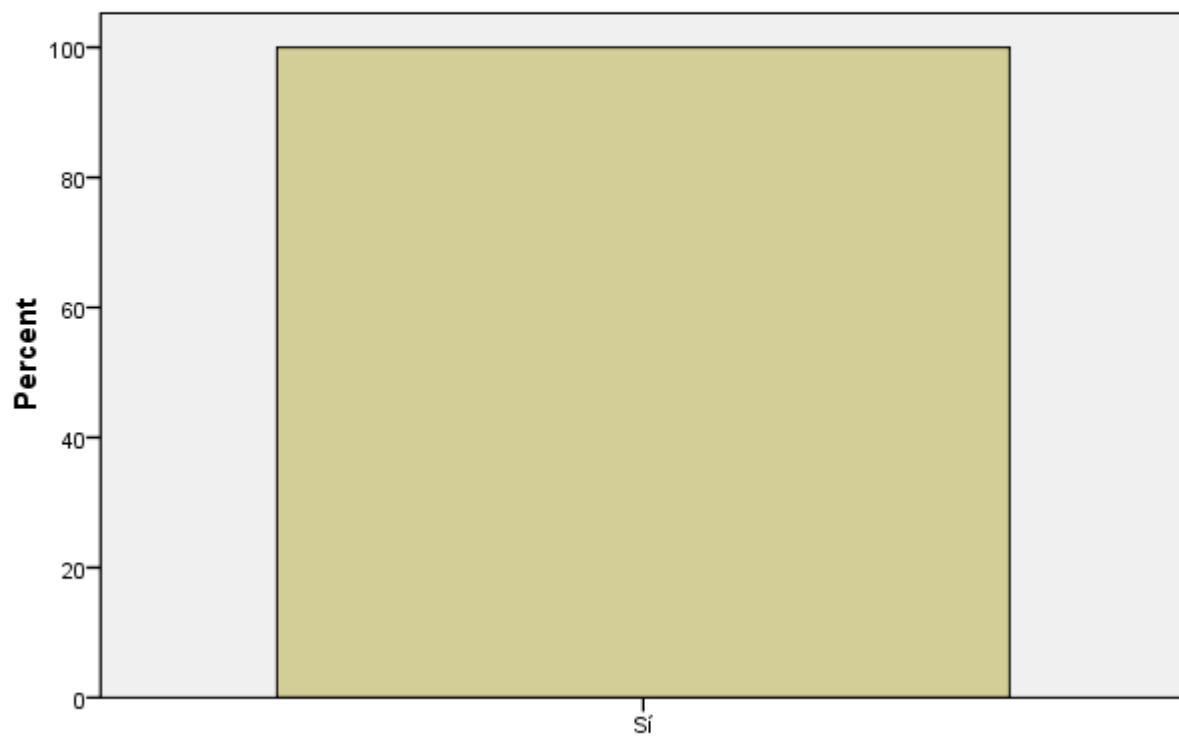
¿Conoces la revista digital Bazar?



¿Conoces la revista digital Bazar?

ANEXOS C

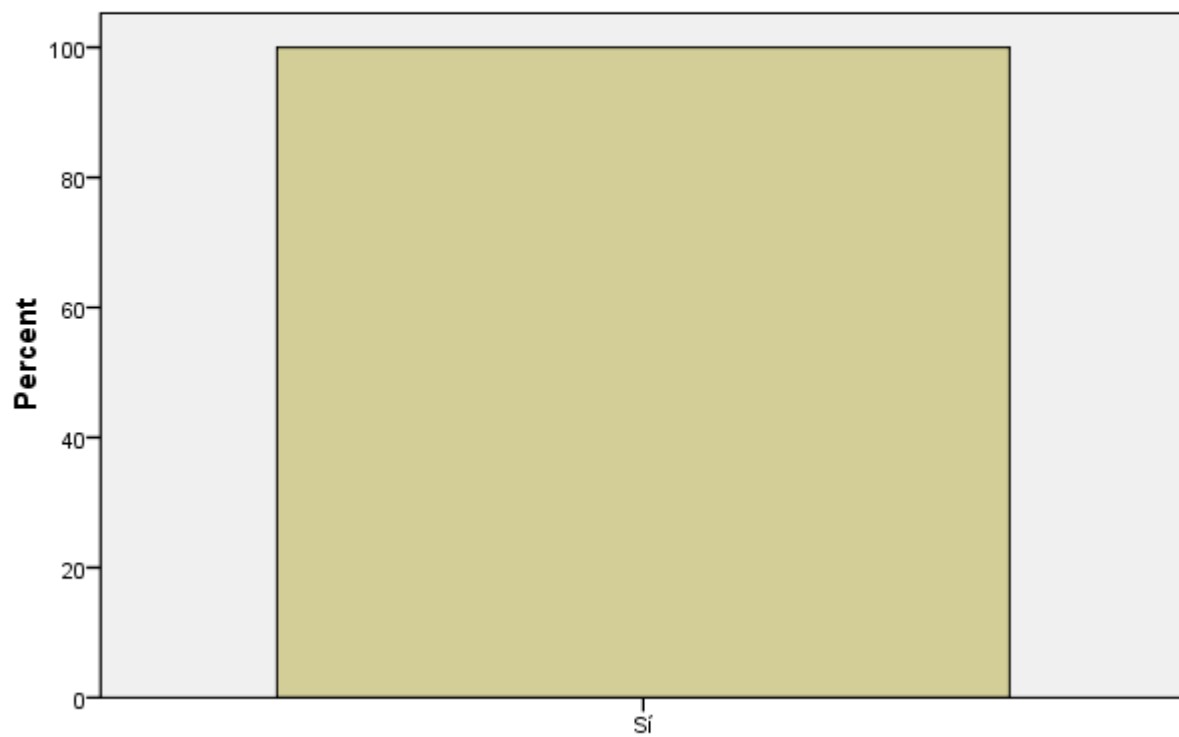
¿Conoces la revista digital Vouge?



¿Conoces la revista digital Vouge?

ANEXOS C

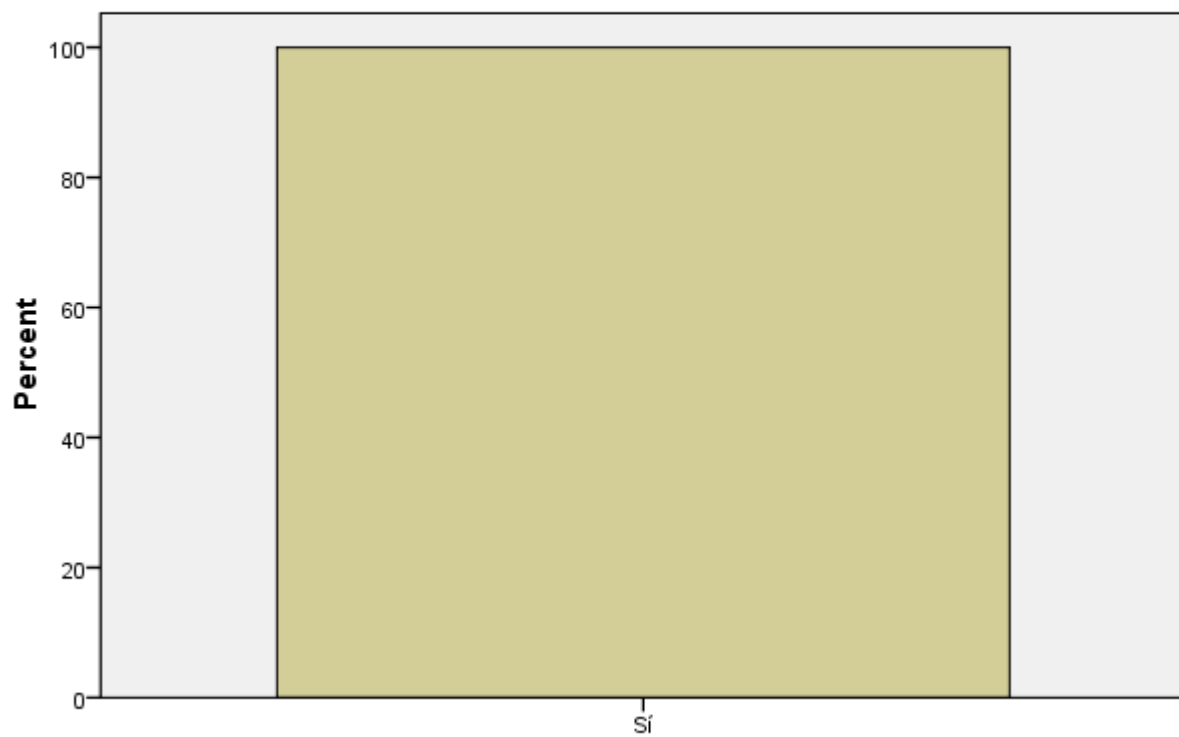
¿Conoces la revista digital IFAB?



¿Conoces la revista digital IFAB?

ANEXOS C

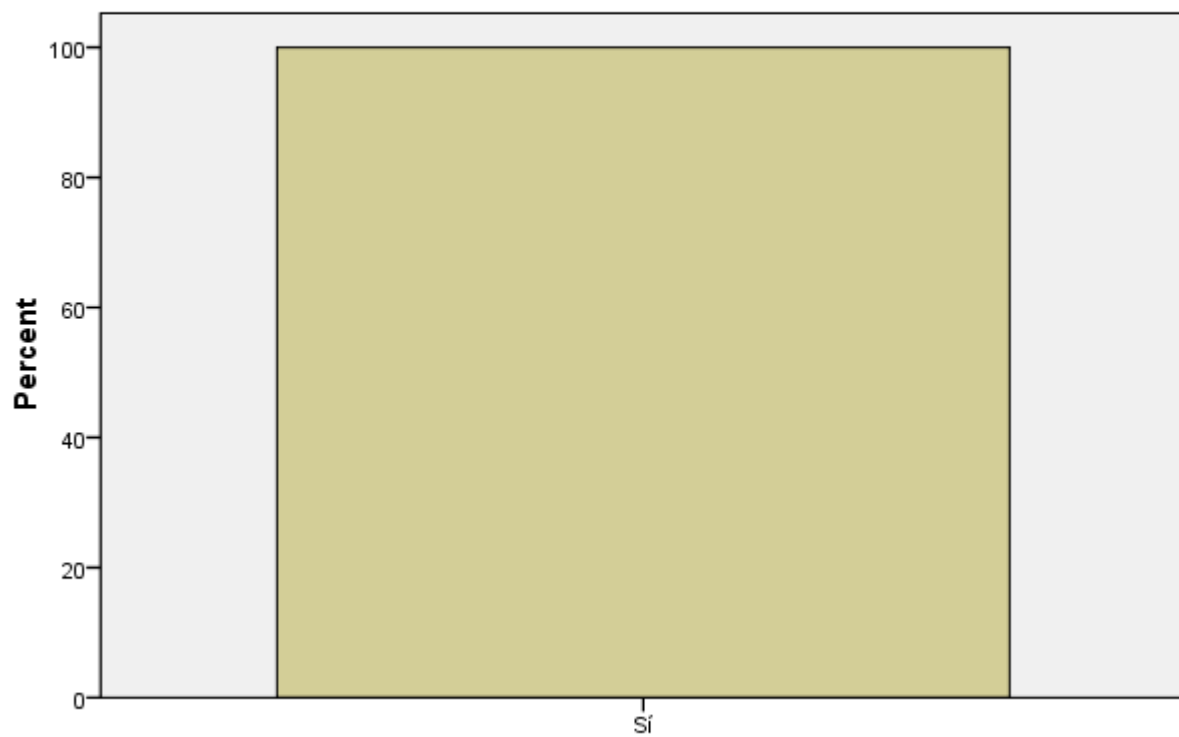
¿Conoces la revista digital CyZone?



¿Conoces la revista digital CyZone?

ANEXOS C

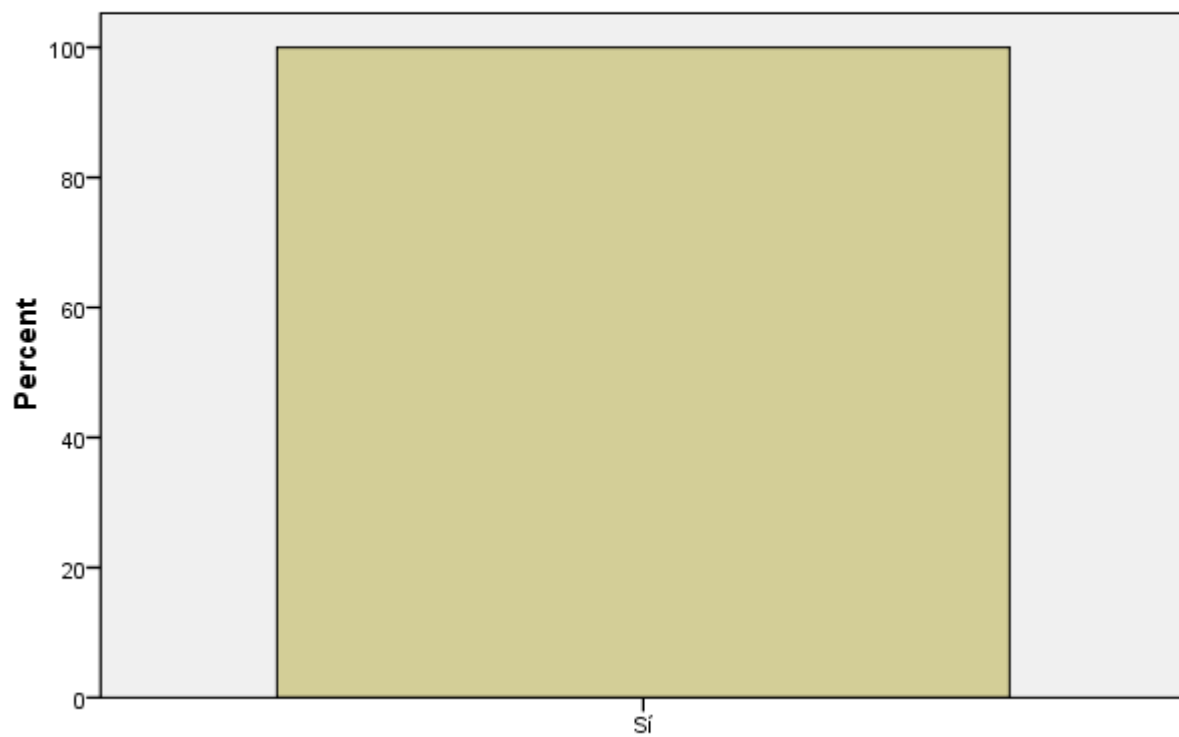
¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?



¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?

ANEXOS C

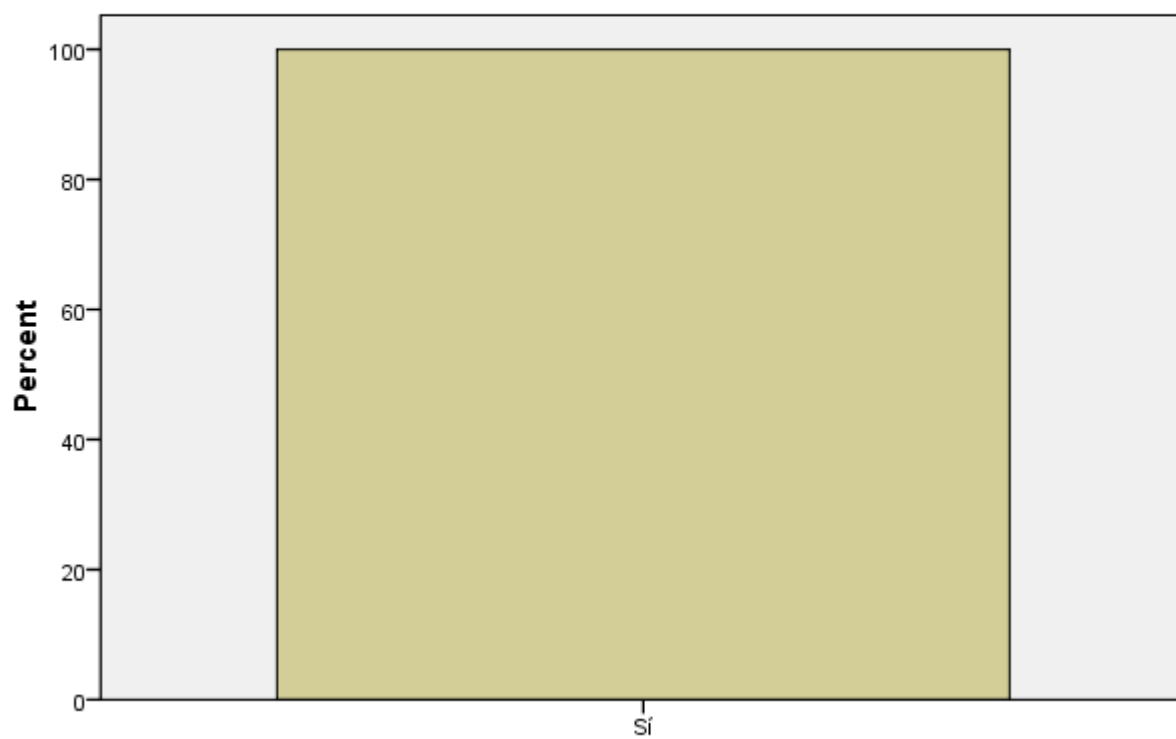
¿Conoces la revista digital BBC?



¿Conoces la revista digital BBC?

ANEXOS C

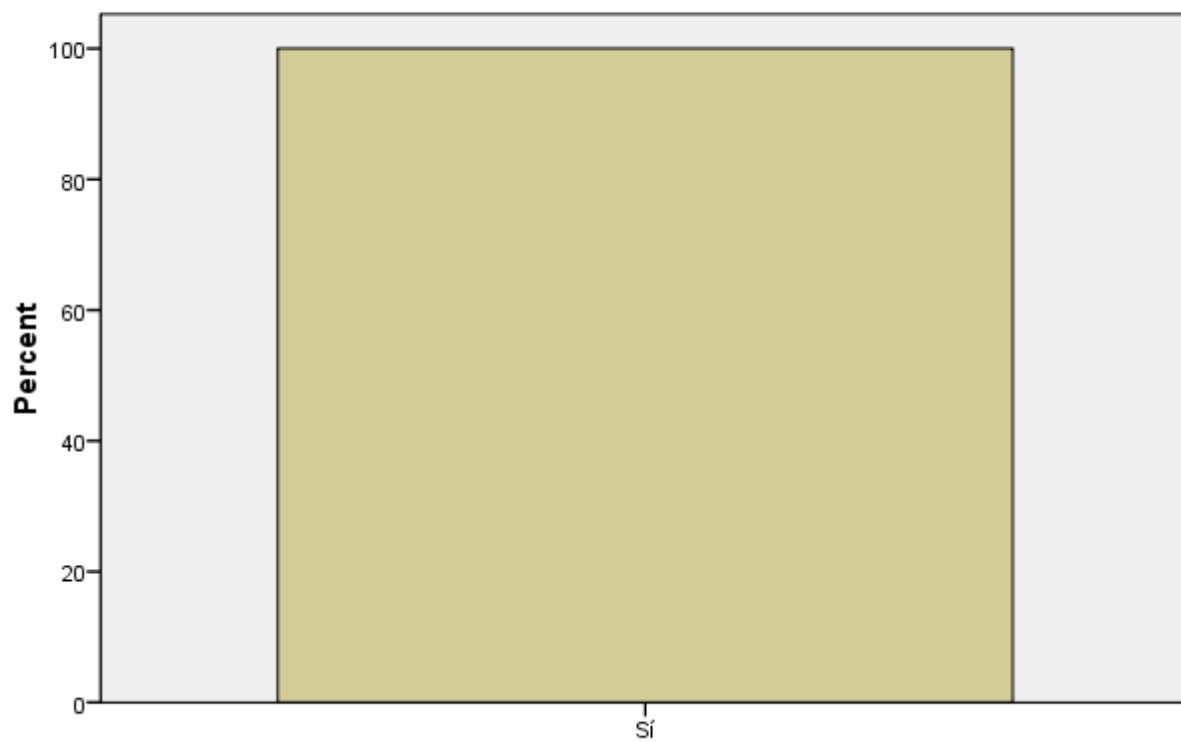
¿Conoces la revista digital Interamericana de Bibliotecología?



¿Conoces la revista digital Interamericana de Bibliotecología?

ANEXOS C

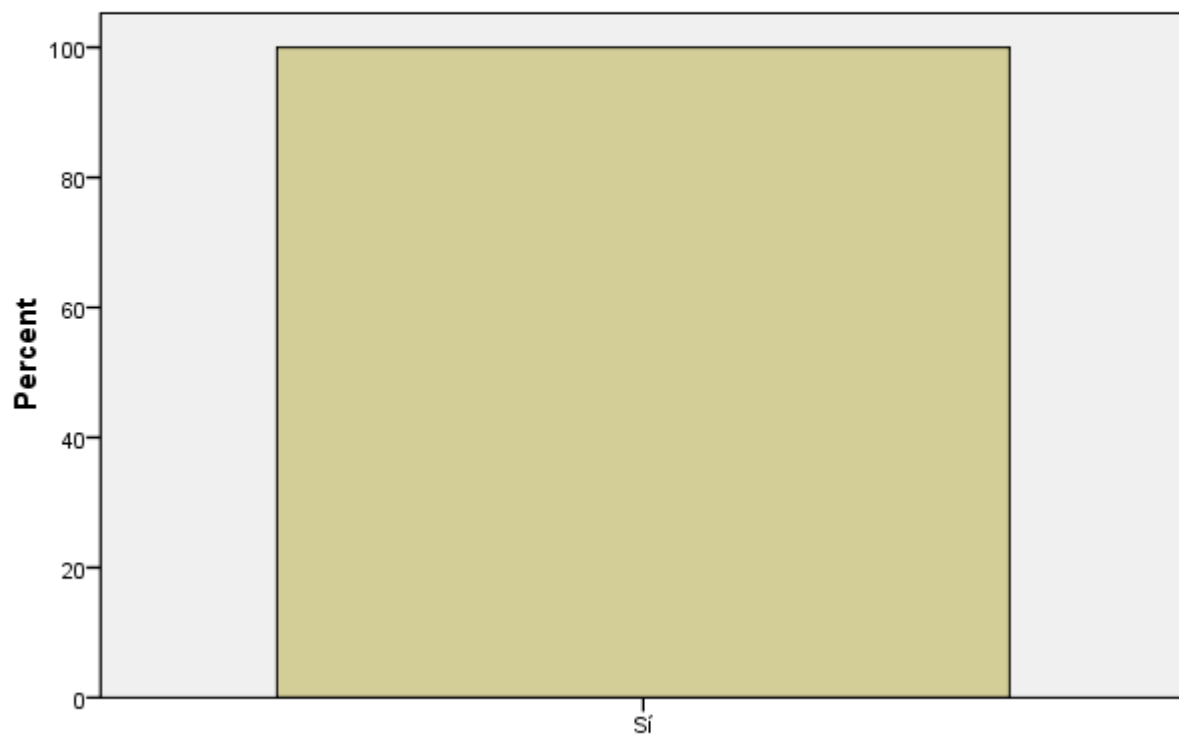
¿Conoces la revista digital Entre Rayas?



¿Conoces la revista digital Entre Rayas?

ANEXOS C

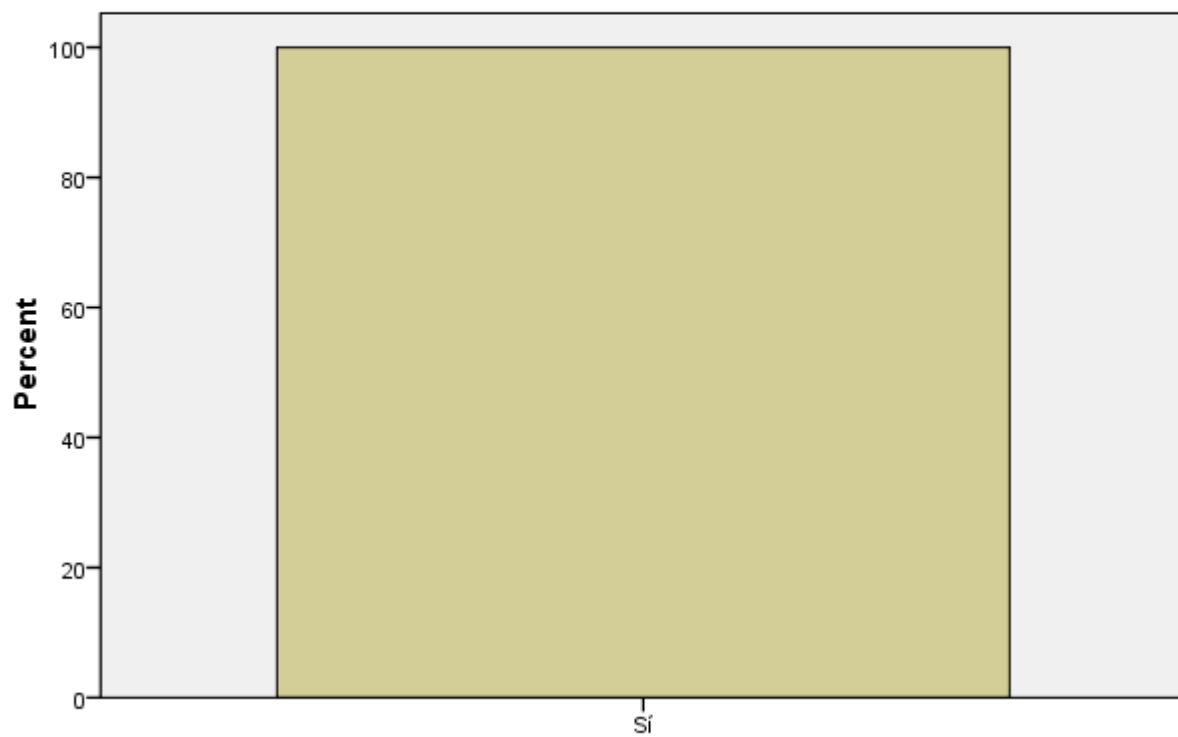
¿Conoces la revista digital Metapolítica?



¿Conoces la revista digital Metapolítica?

ANEXOS C

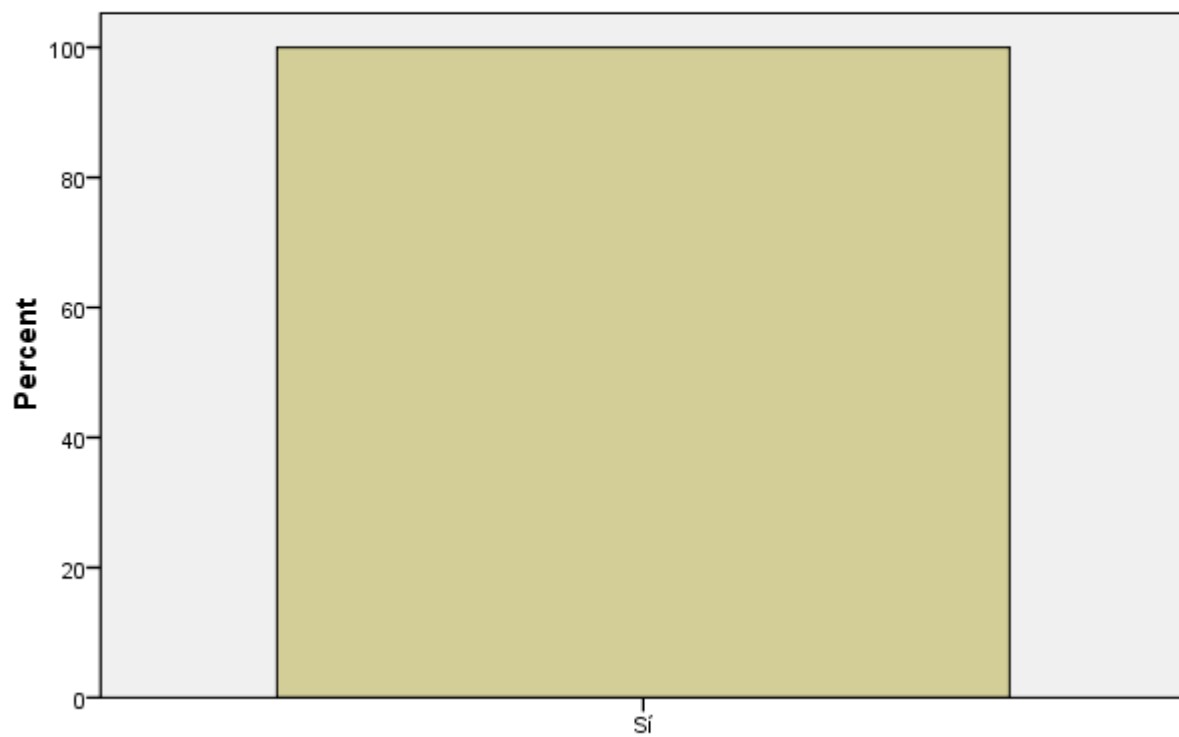
¿Conoces la revista digital Ecoinvest?



¿Conoces la revista digital Ecoinvest?

ANEXOS C

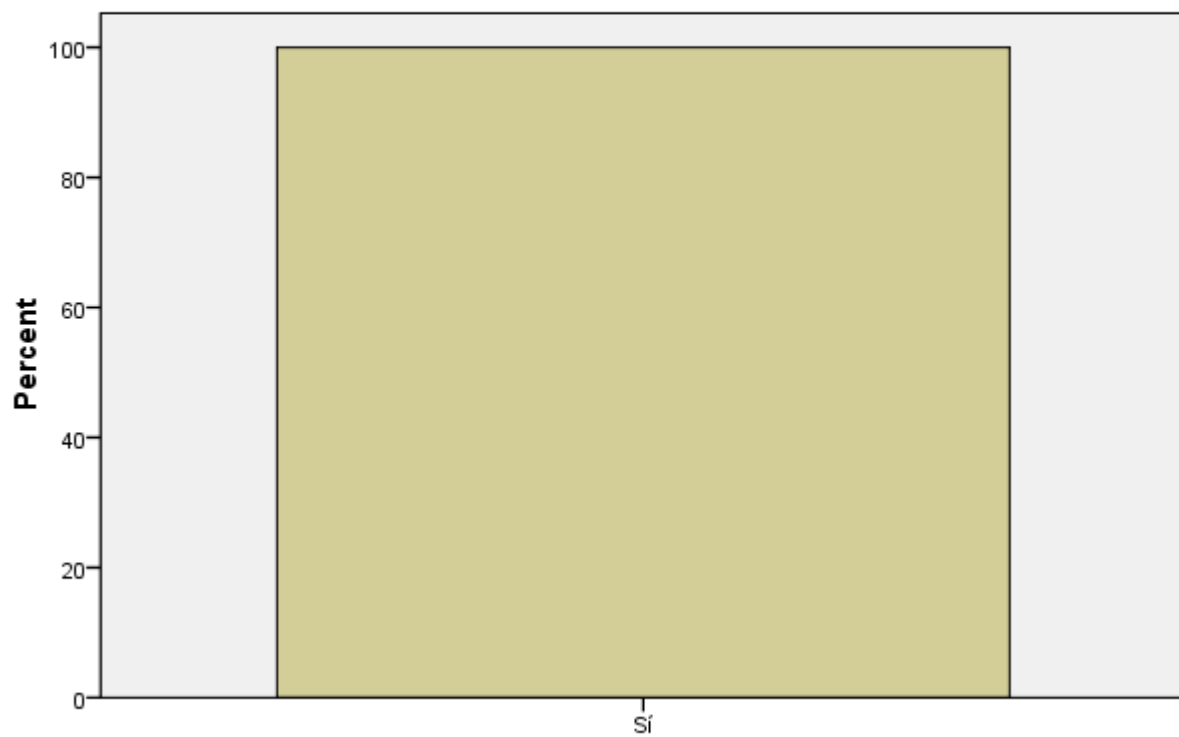
¿Conoces la revista digital Glamour?



¿Conoces la revista digital Glamour?

ANEXOS C

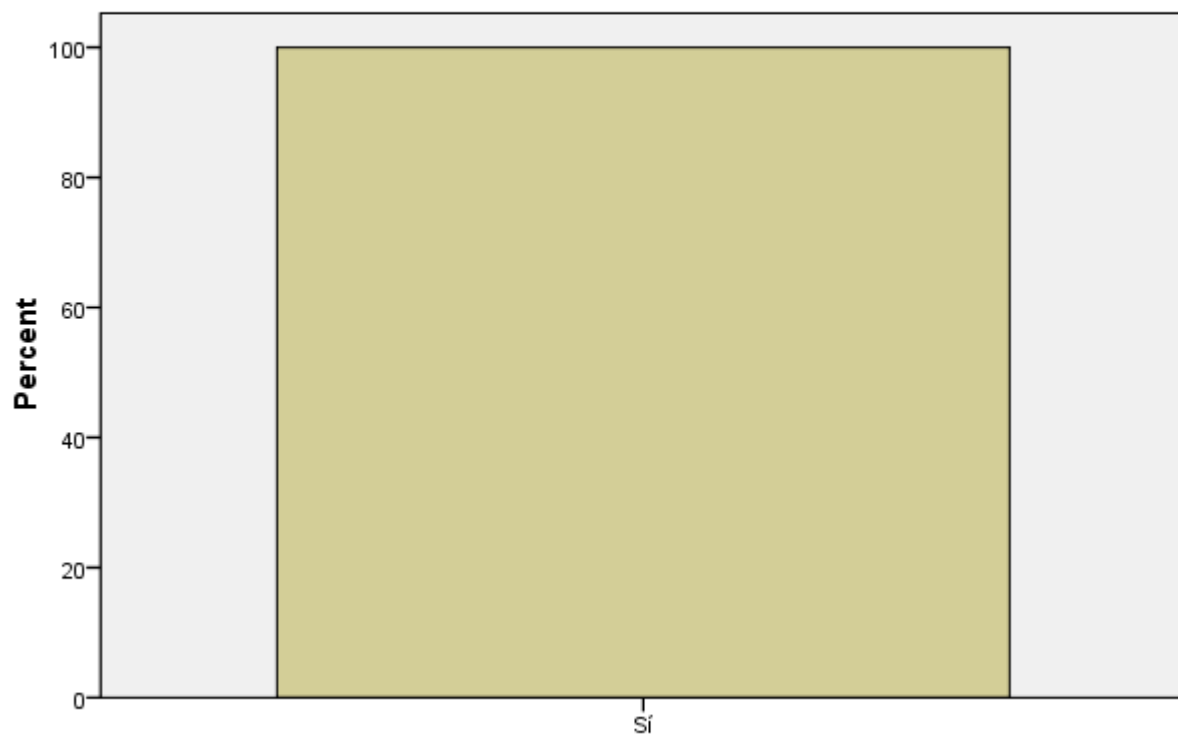
¿Conoces la revista digital PC World?



¿Conoces la revista digital PC World?

ANEXOS C

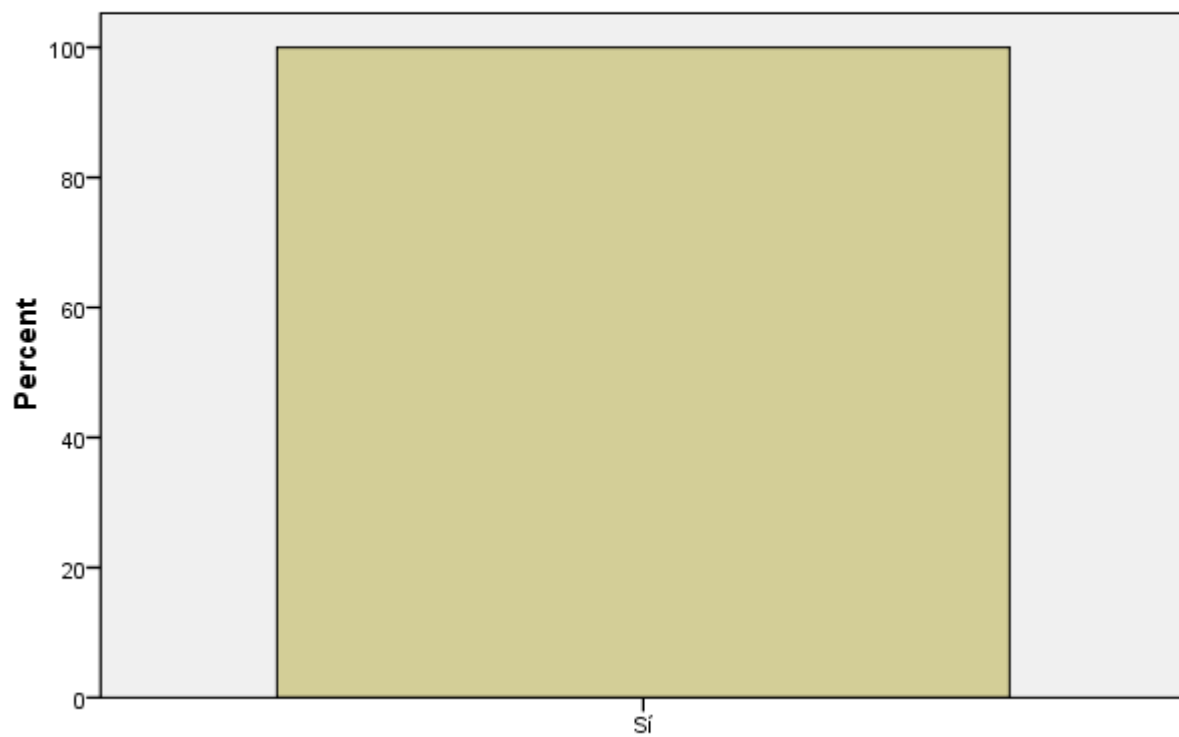
¿Conoces la revista digital PC Magazine?



¿Conoces la revista digital PC Magazine?

ANEXOS C

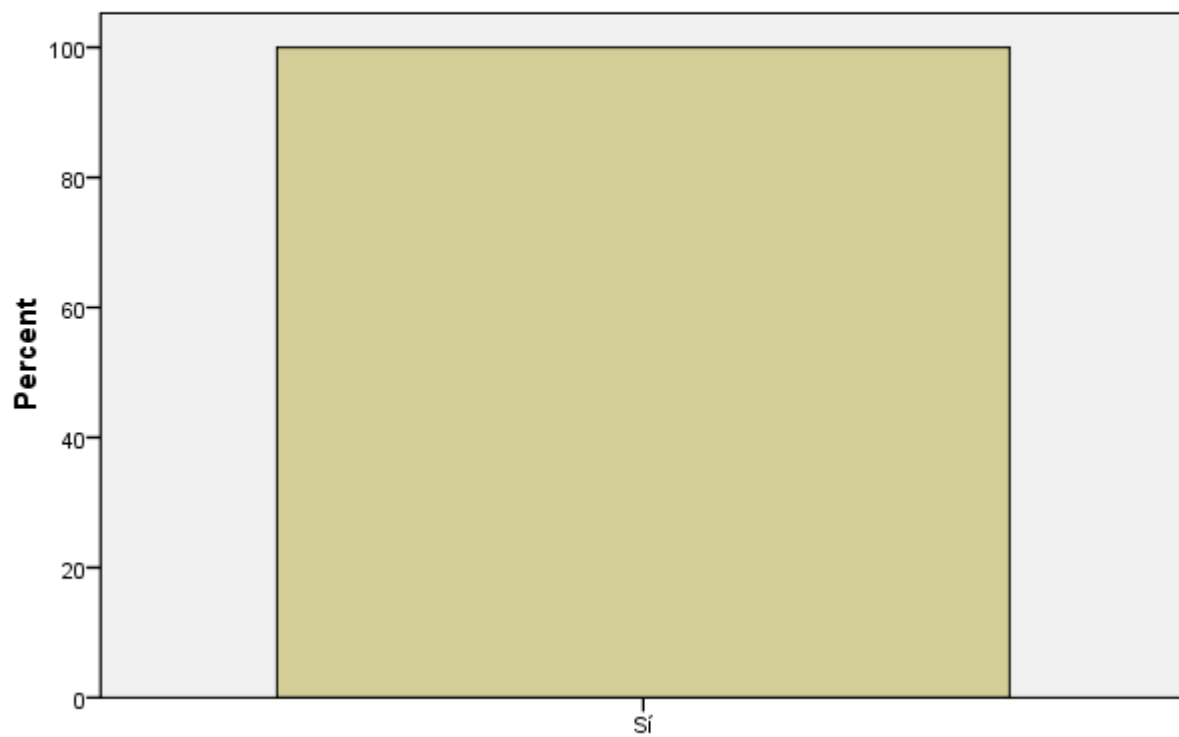
¿Conoces la revista digital Exceso?



¿Conoces la revista digital Exceso?

ANEXOS C

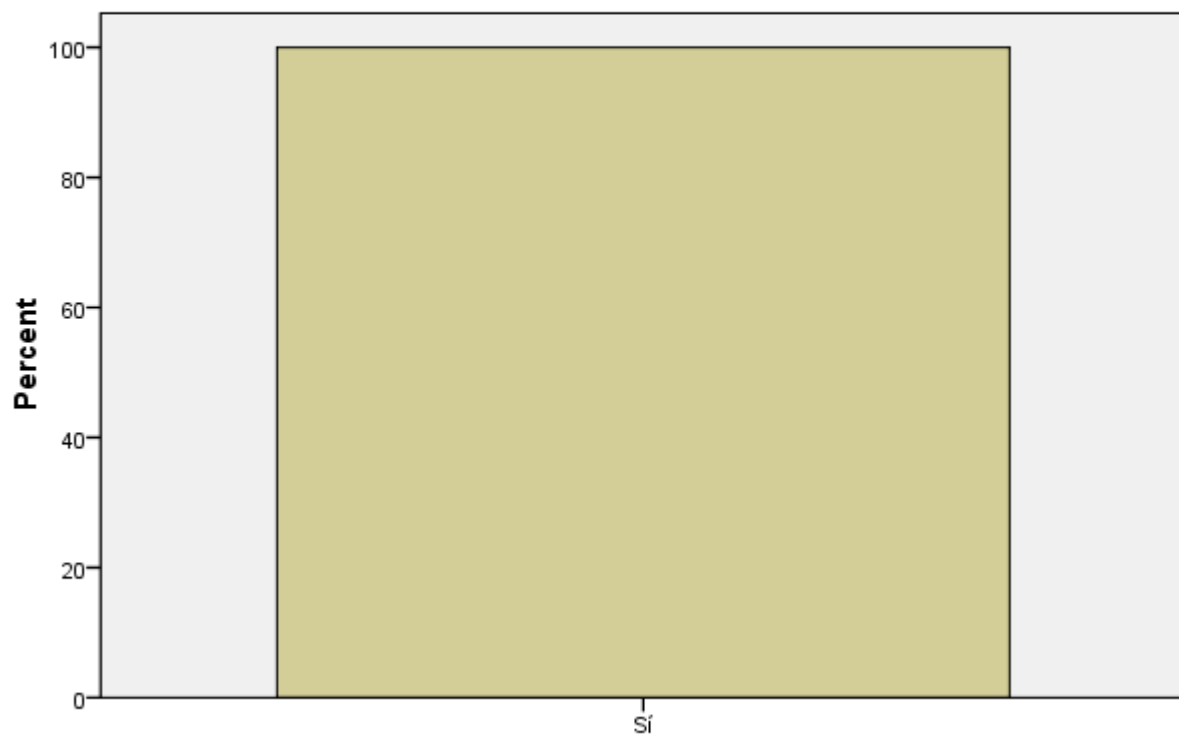
¿Conoces la revista digital Mecánica Popular?



¿Conoces la revista digital Mecánica Popular?

ANEXOS C

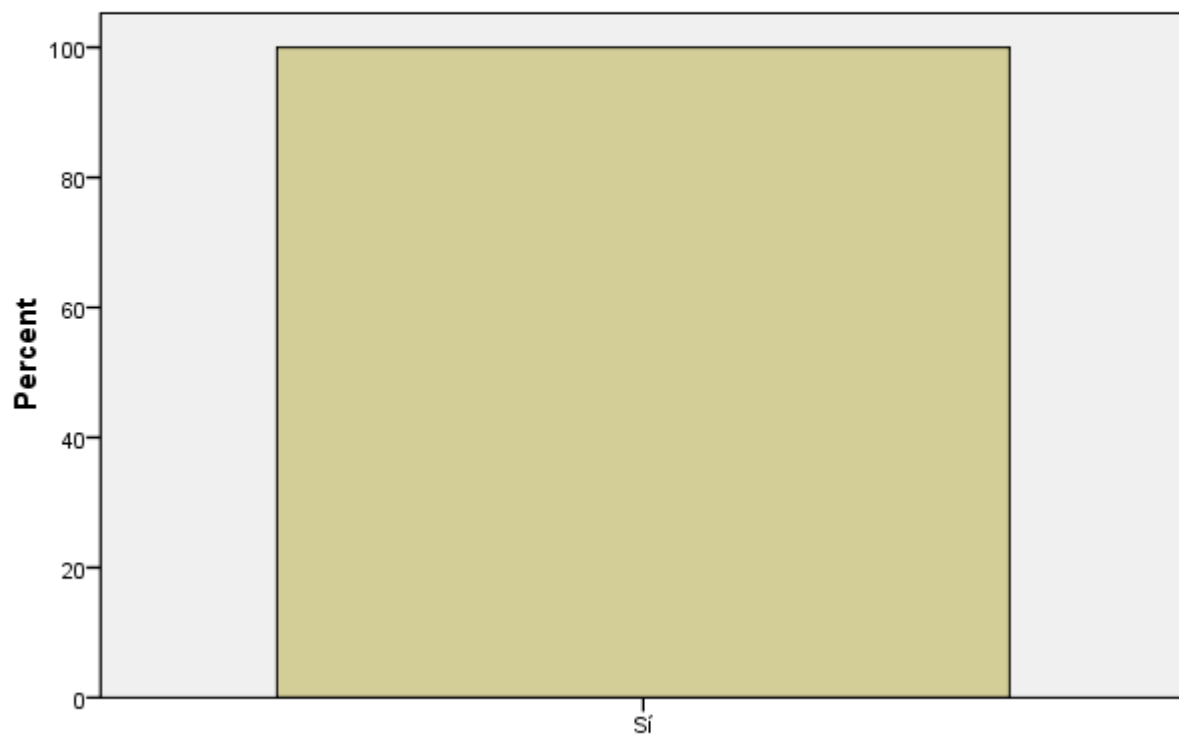
¿Conoces la revista digital Sport Life?



¿Conoces la revista digital Sport Life?

ANEXOS C

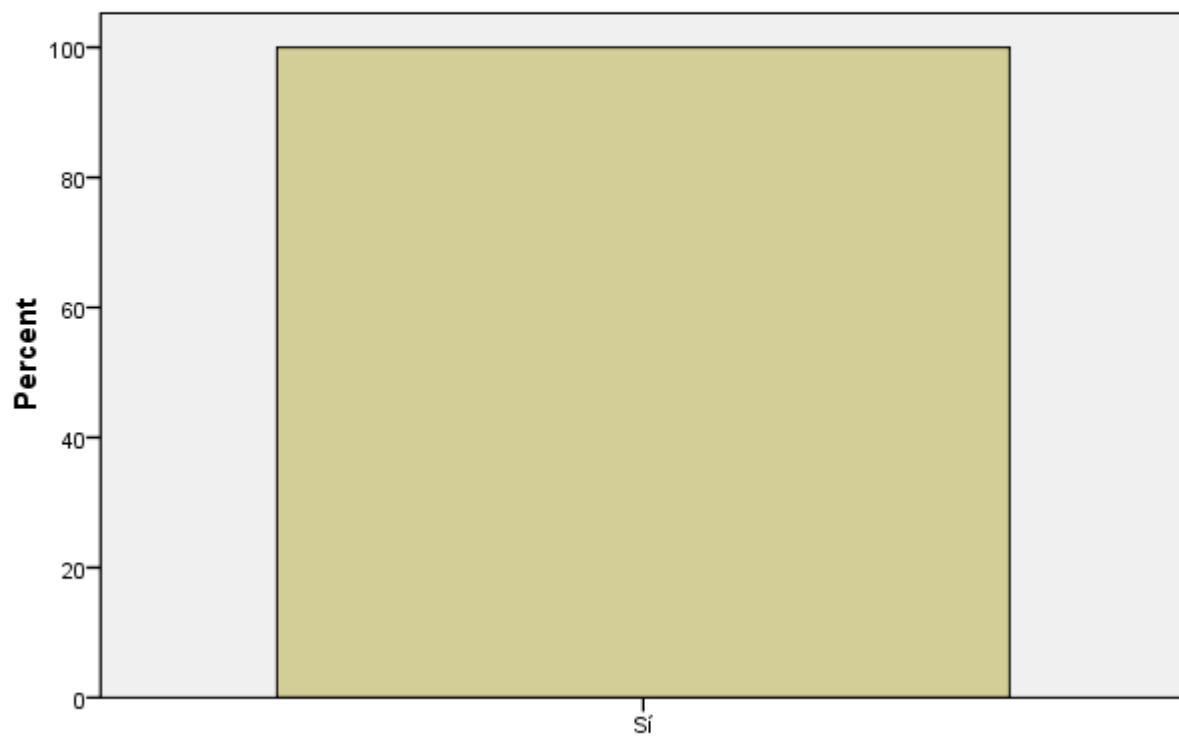
¿Conoces la revista digital Hola?



¿Conoces la revista digital Hola?

ANEXOS C

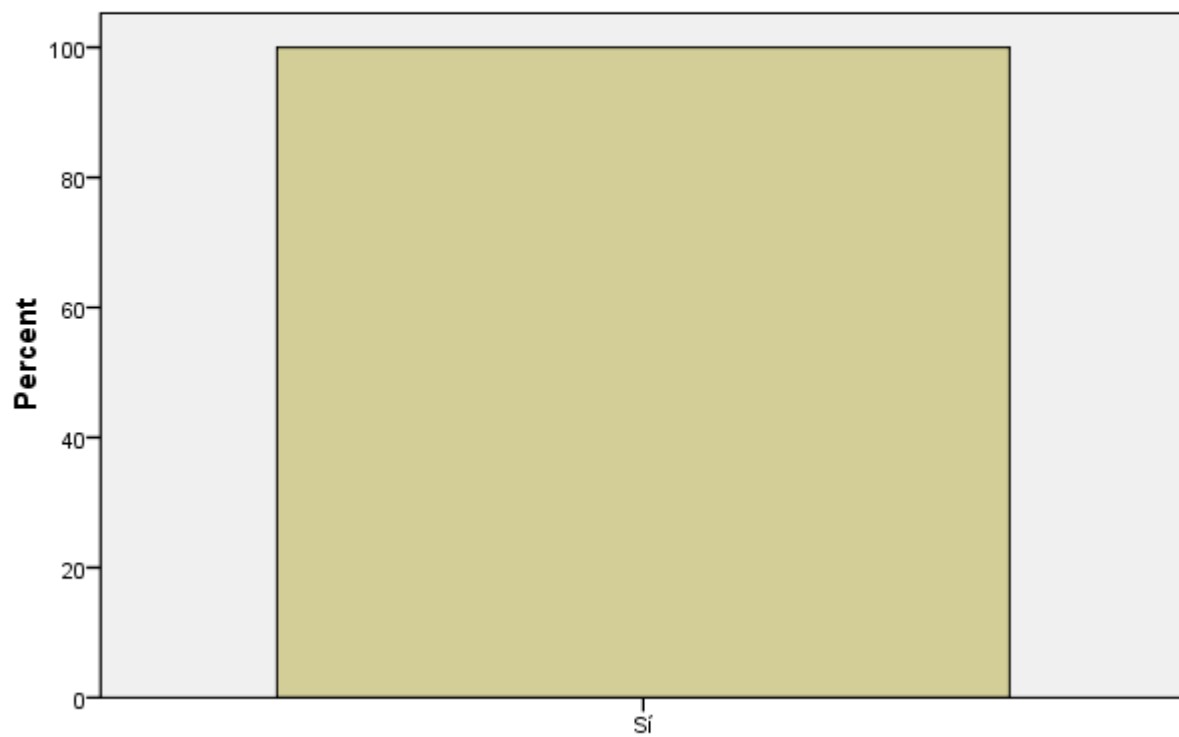
¿Conoces la revista digital Geociencias?



¿Conoces la revista digital Geociencias?

ANEXOS C

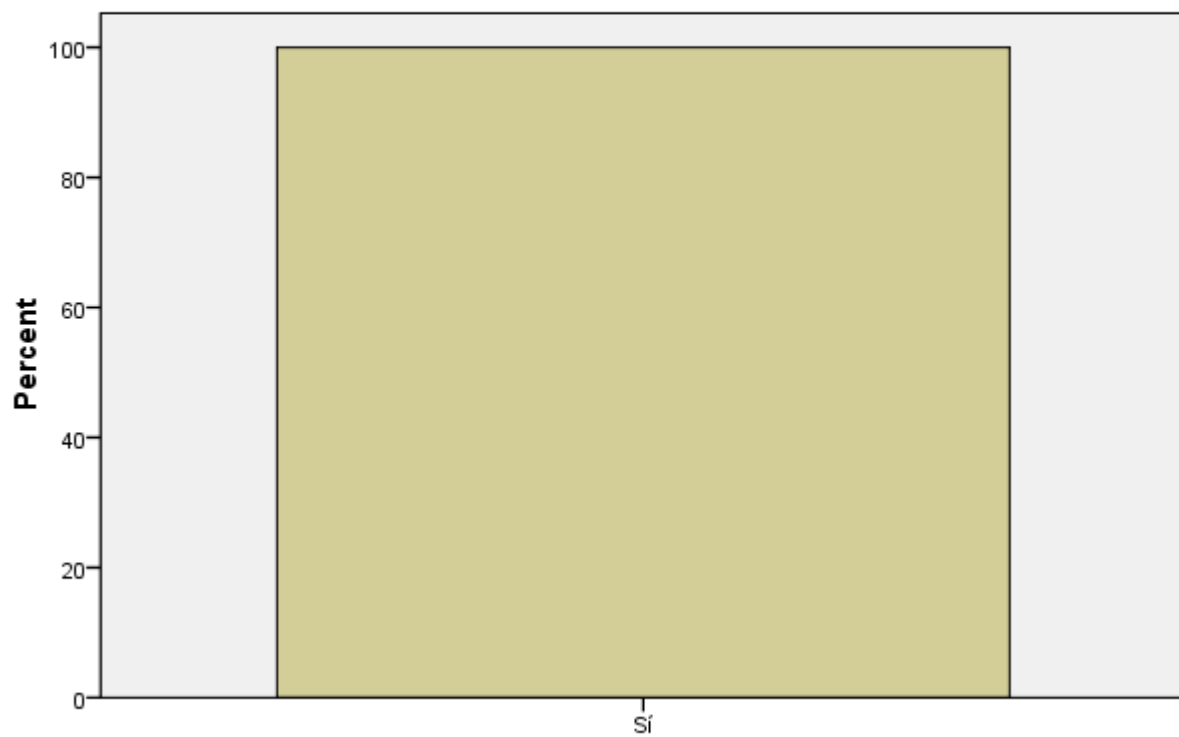
¿Conoces la revista digital Estampas?



¿Conoces la revista digital Estampas?

ANEXOS C

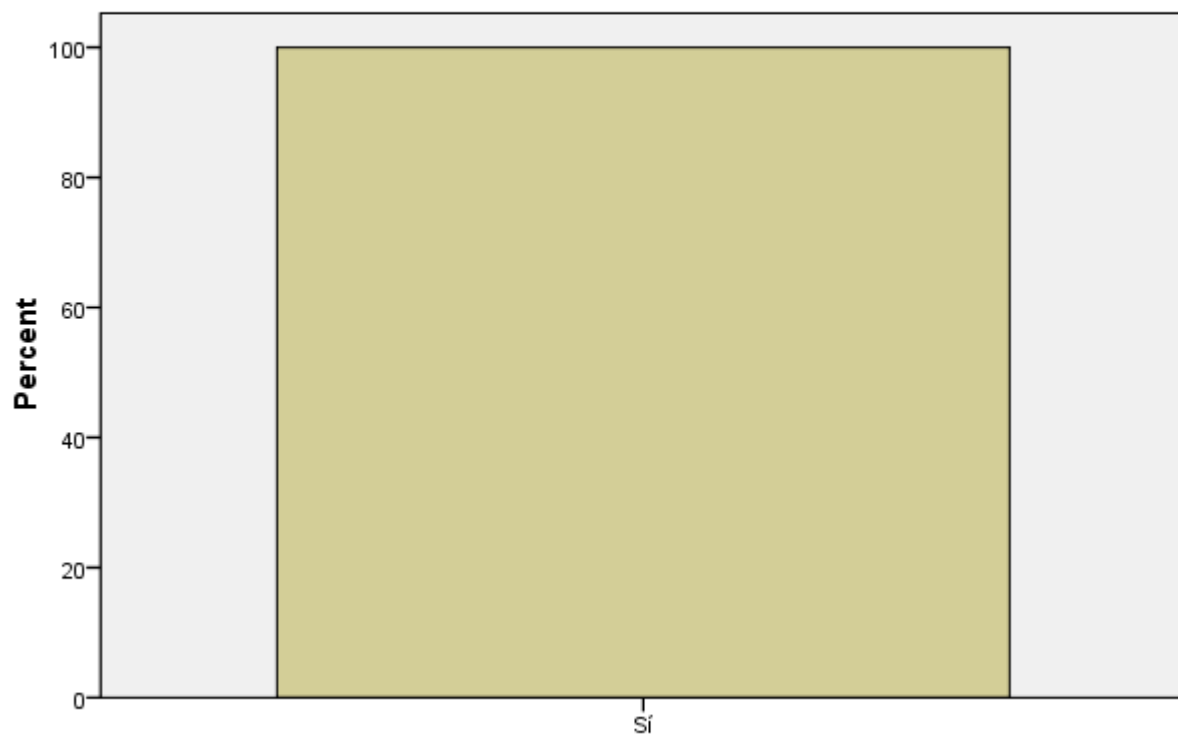
¿Conoces la revista digital Psicología Científica?



¿Conoces la revista digital Psicología Científica?

ANEXOS C

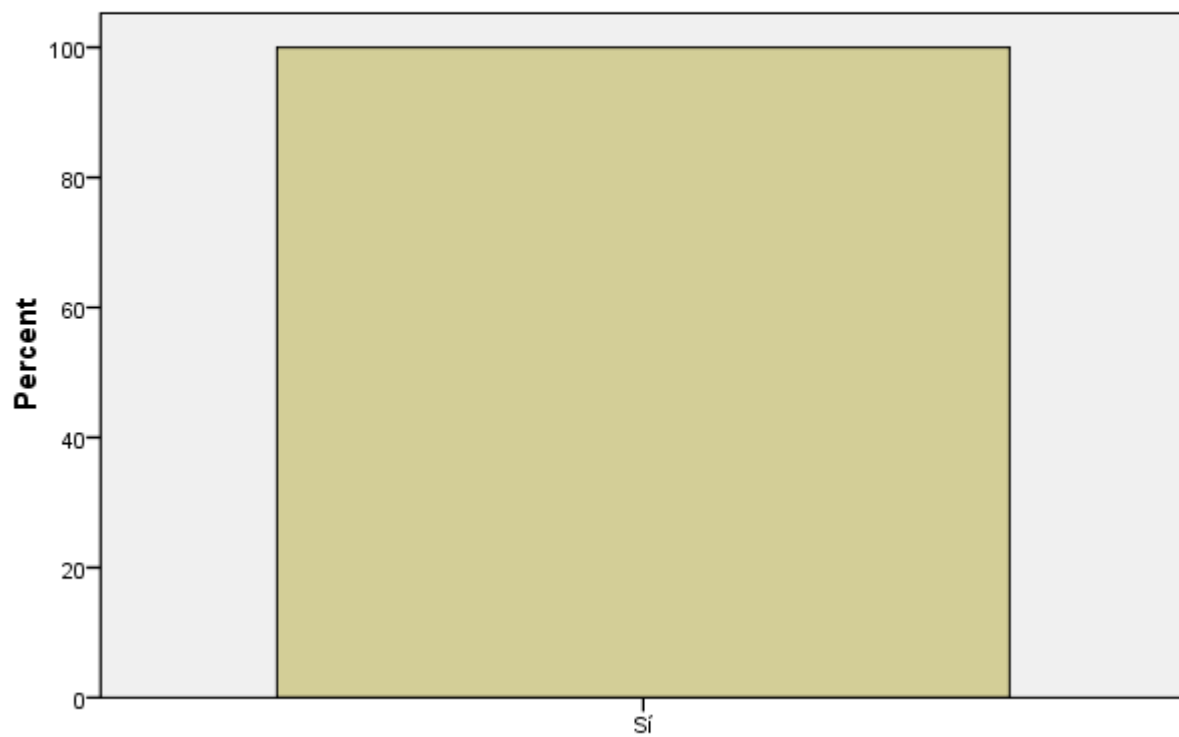
¿Conoces la revista digital Psicología on Line?



¿Conoces la revista digital Psicología on Line?

ANEXOS C

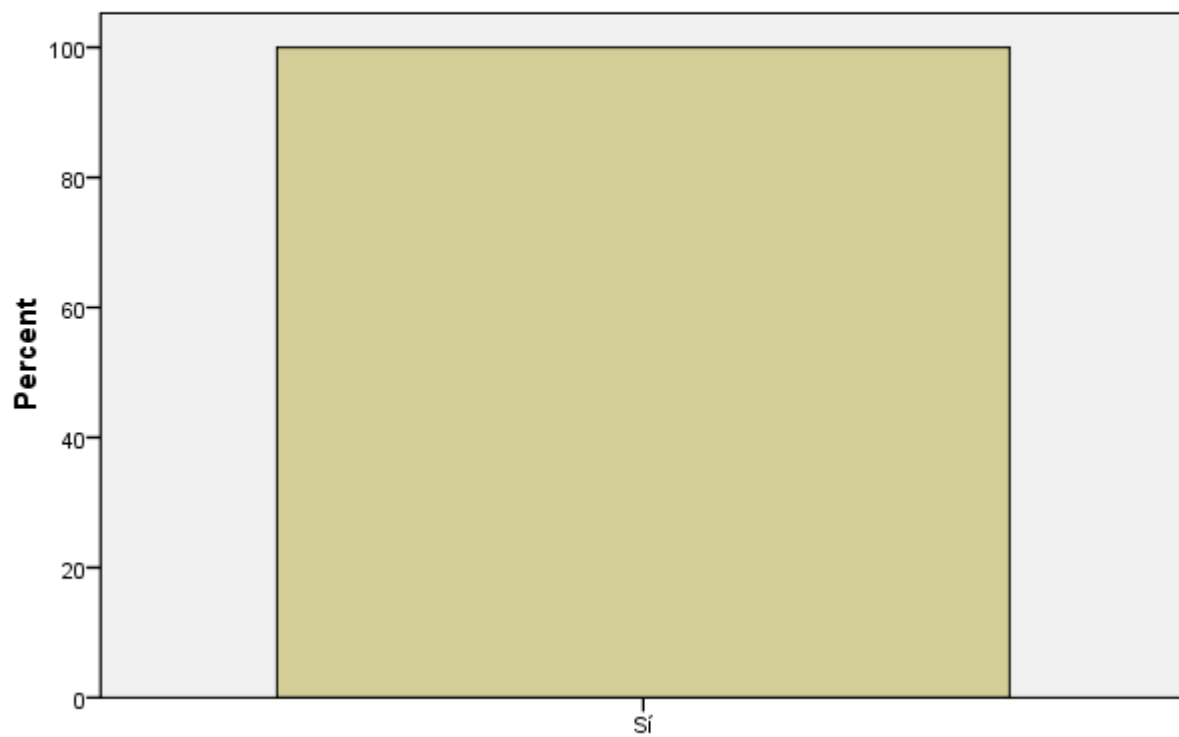
¿Conoces la revista digital El Salmón?



¿Conoces la revista digital El Salmón?

ANEXOS C

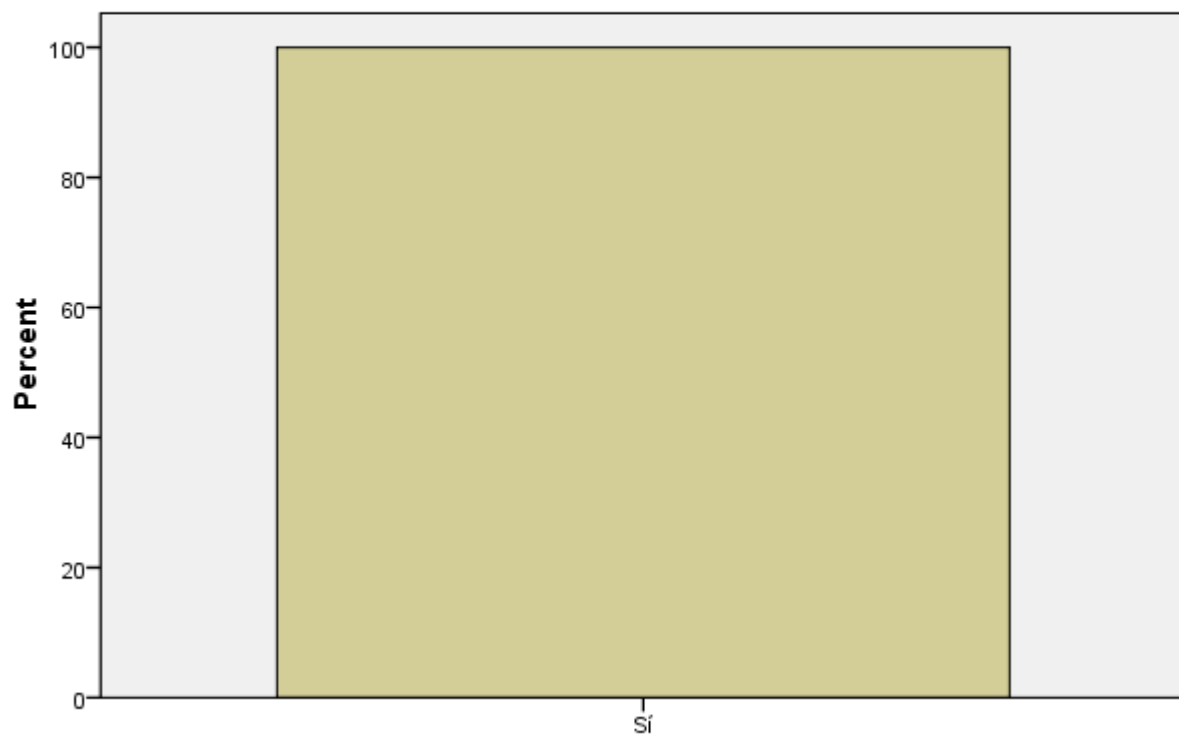
¿Conoces la revista digital Orbis?



¿Conoces la revista digital Orbis?

ANEXOS C

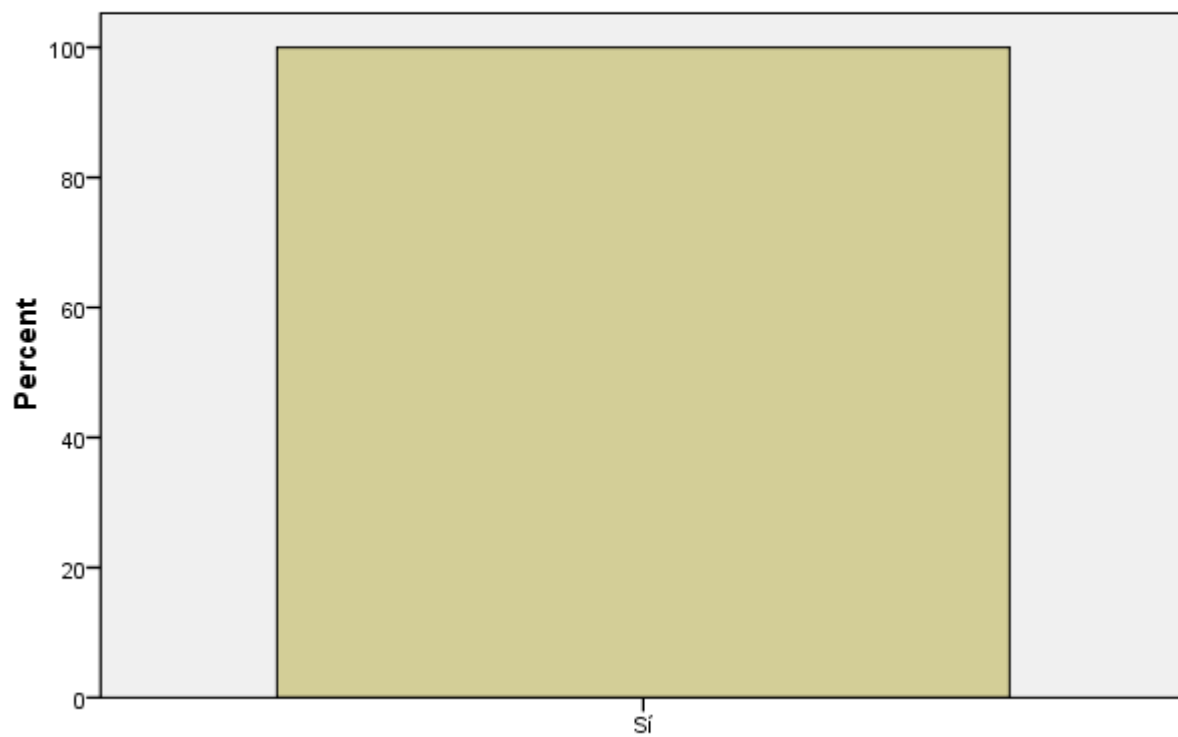
¿Conoces la revista digital Negotium?



¿Conoces la revista digital Negotium?

ANEXOS C

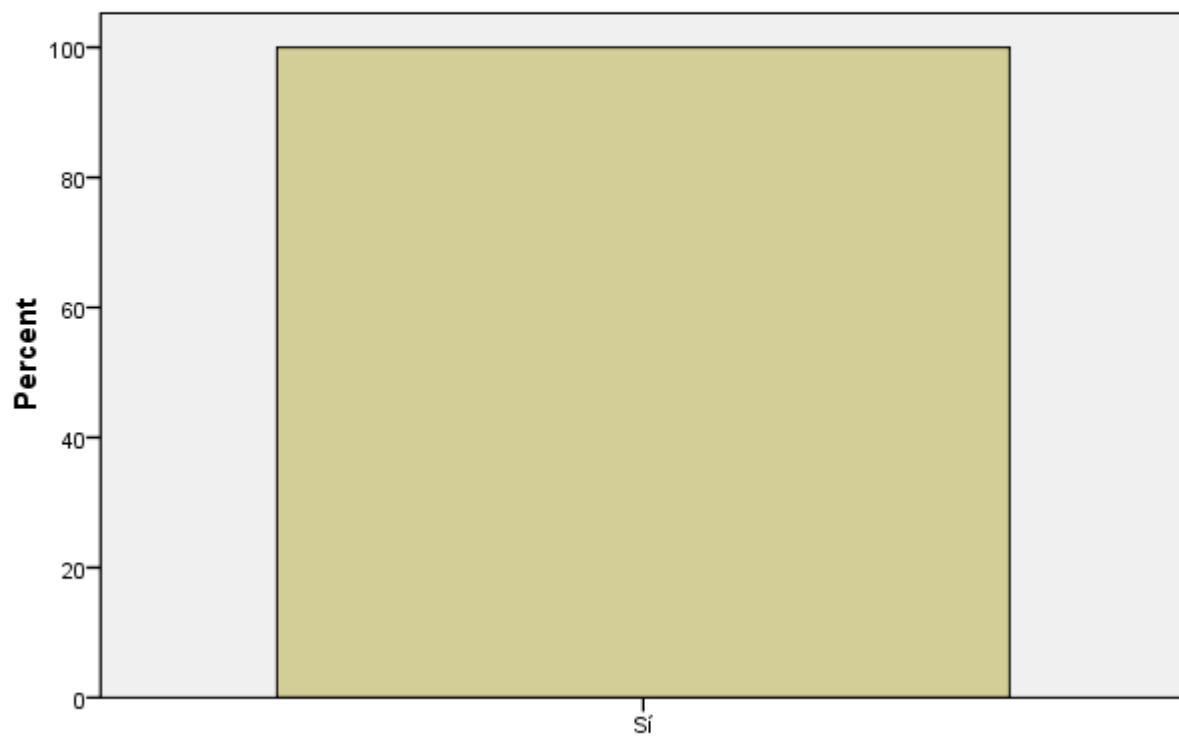
¿Conoces la revista digital Guayoyo en Letras?



¿Conoces la revista digital Guayoyo en Letras?

ANEXOS C

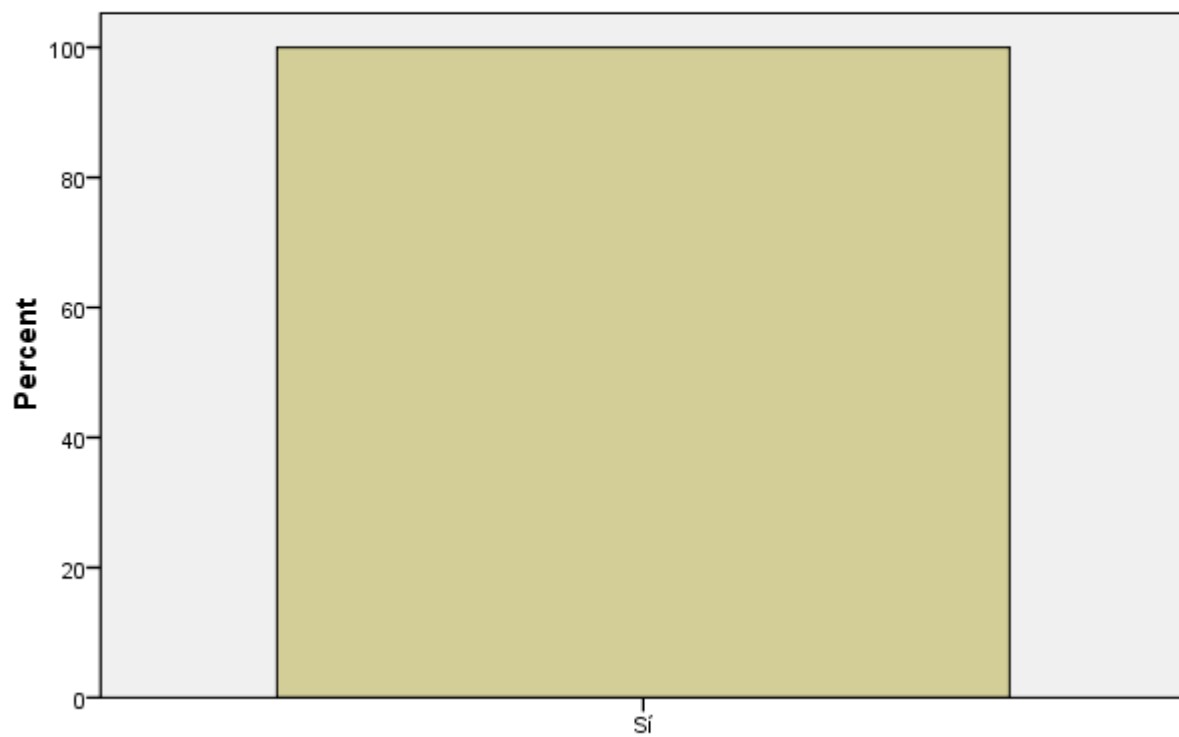
¿Conoces la revista digital Factum?



¿Conoces la revista digital Factum?

ANEXOS C

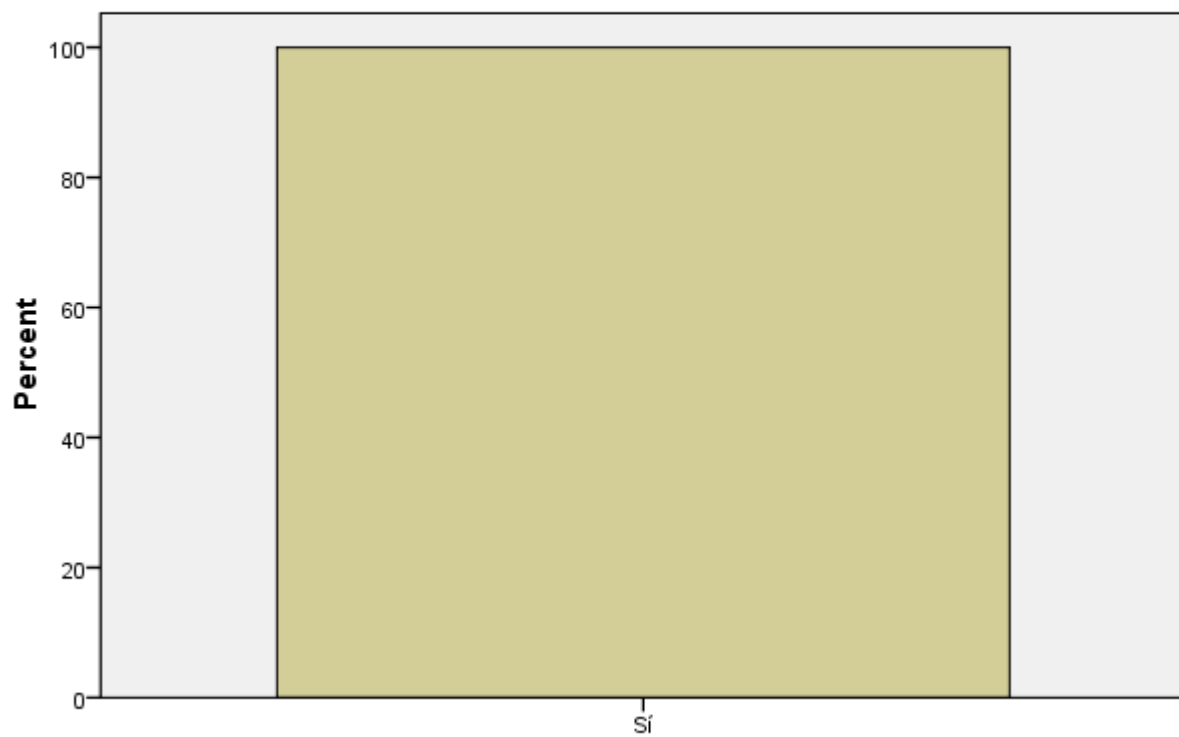
¿Conoces la revista digital Vanity Fair?



¿Conoces la revista digital Vanity Fair?

ANEXOS C

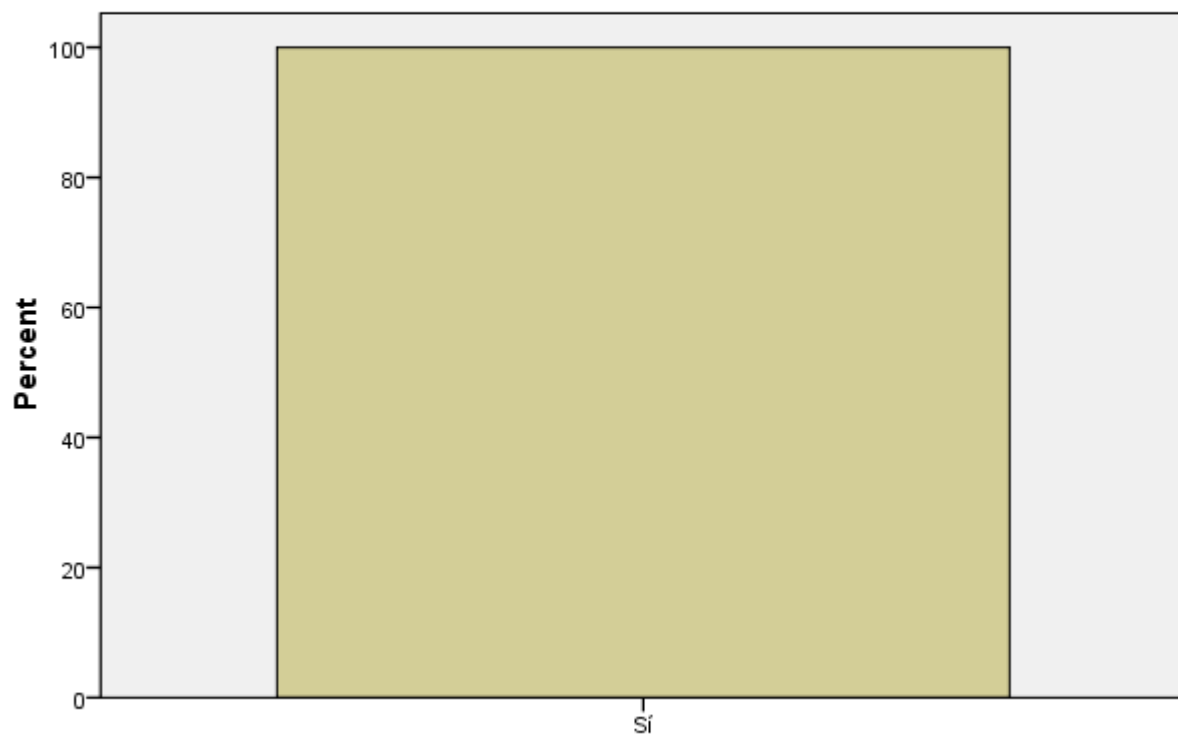
¿Conoces la revista digital Photomagazine?



¿Conoces la revista digital Photomagazine?

ANEXOS C

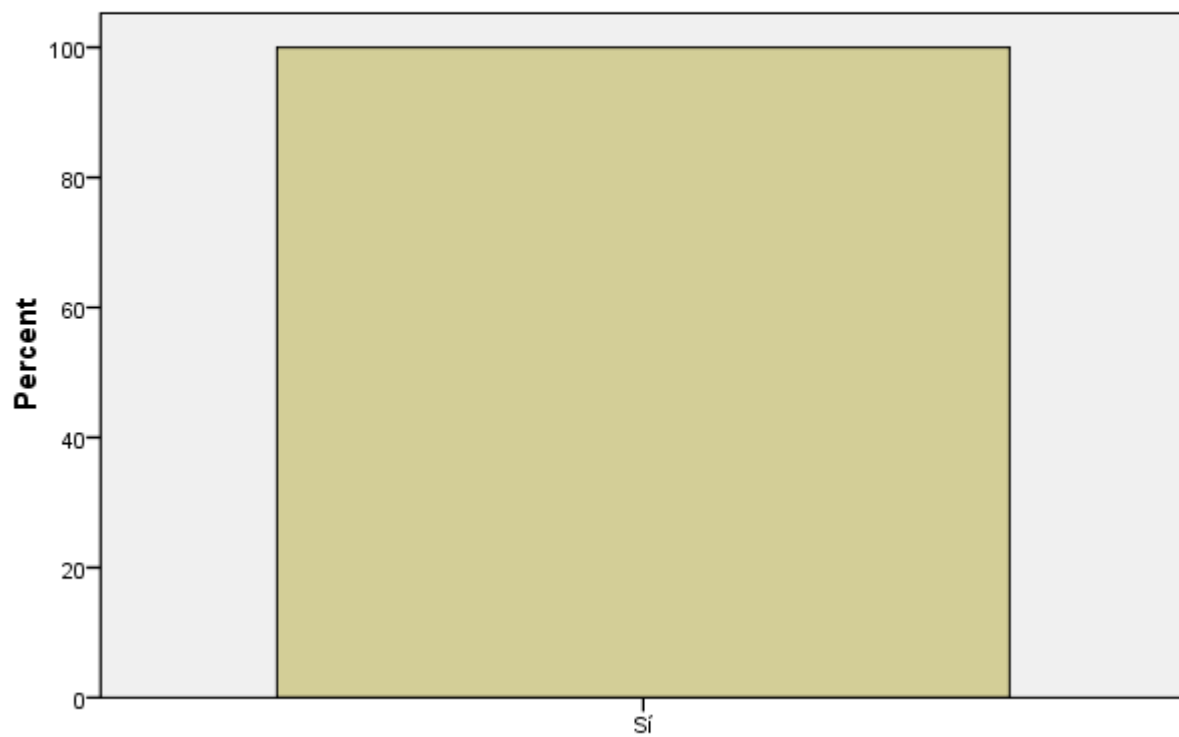
¿Conoces la revista digital Muheve?



¿Conoces la revista digital Muheve?

ANEXOS C

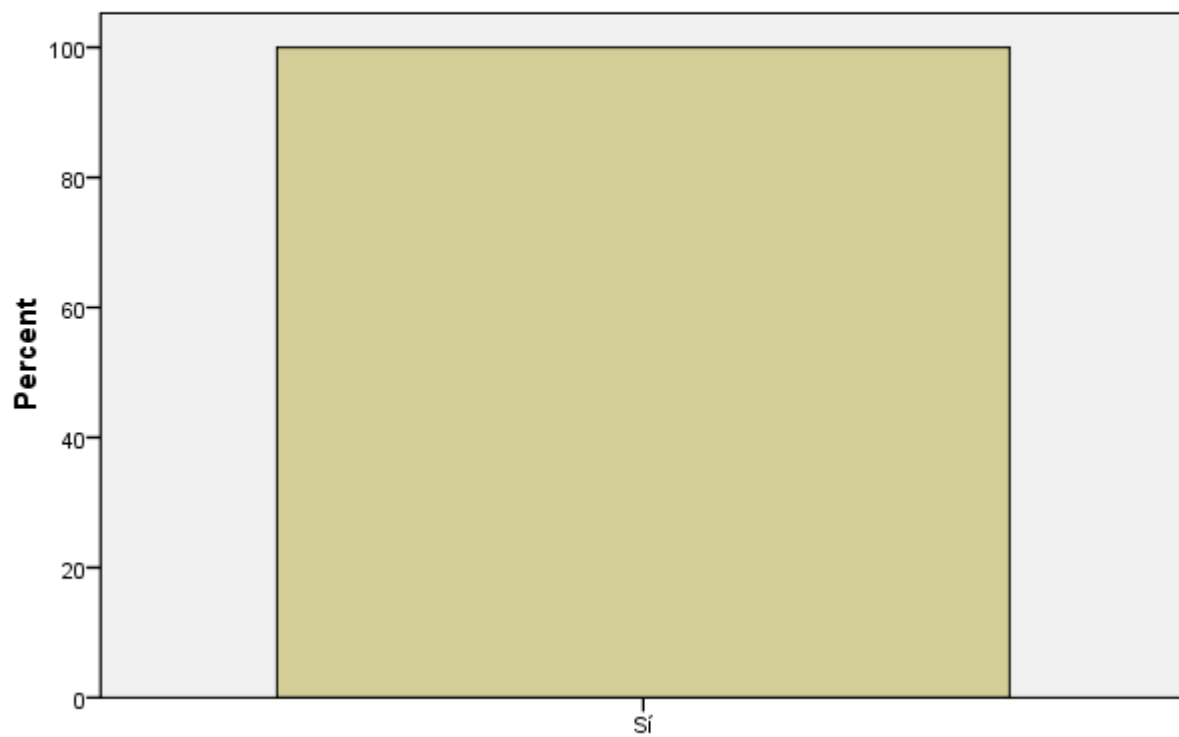
¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?



¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?

ANEXOS C

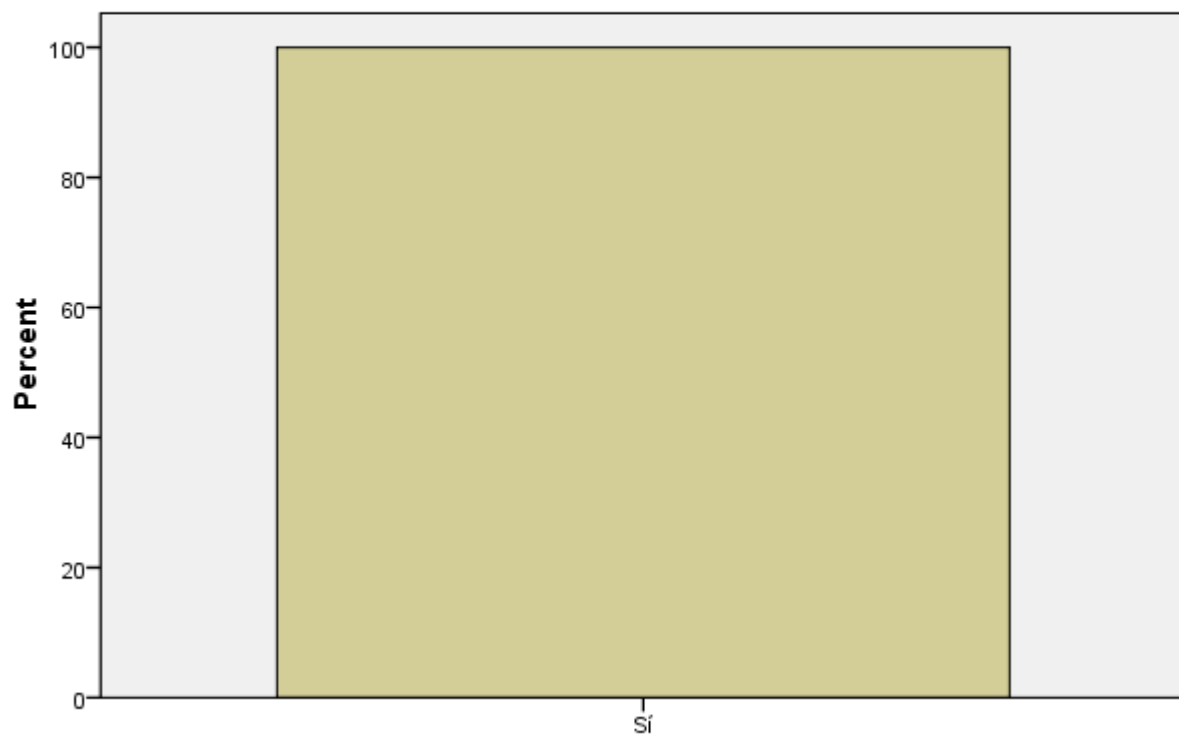
¿Conoces la revista digital Pijama Surf?



¿Conoces la revista digital Pijama Surf?

ANEXOS C

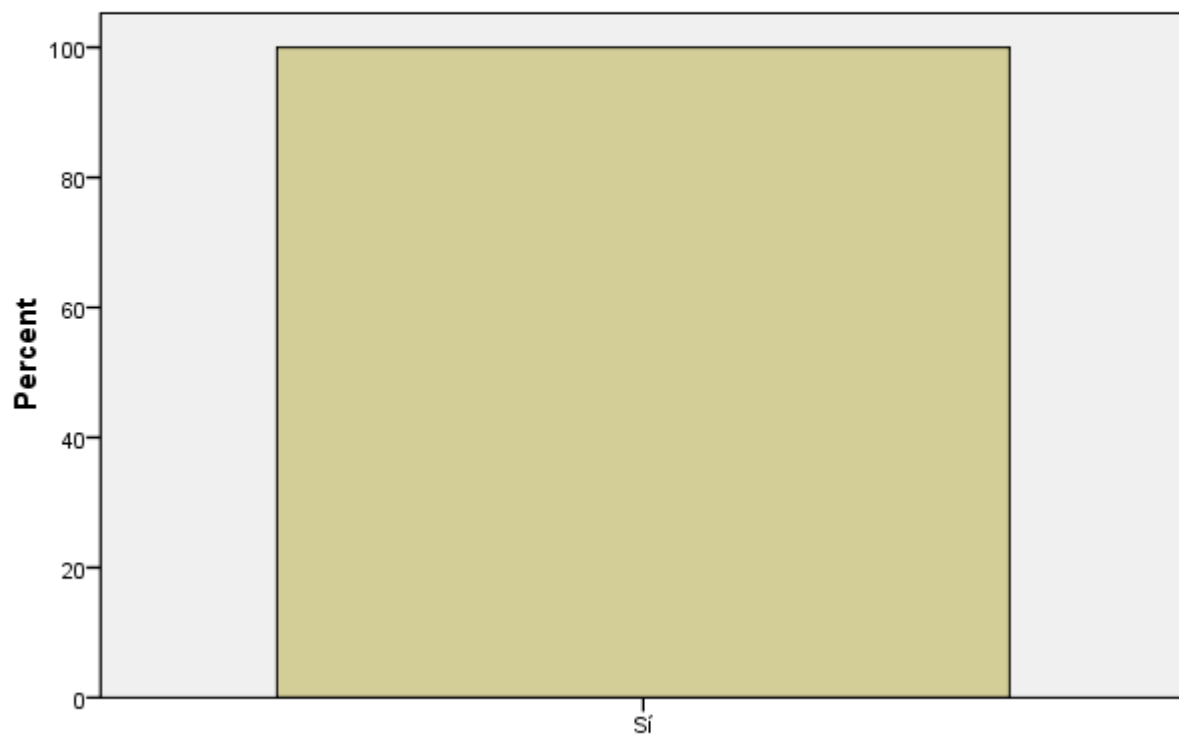
¿Conoces la revista digital Letralia?



¿Conoces la revista digital Letralia?

ANEXOS C

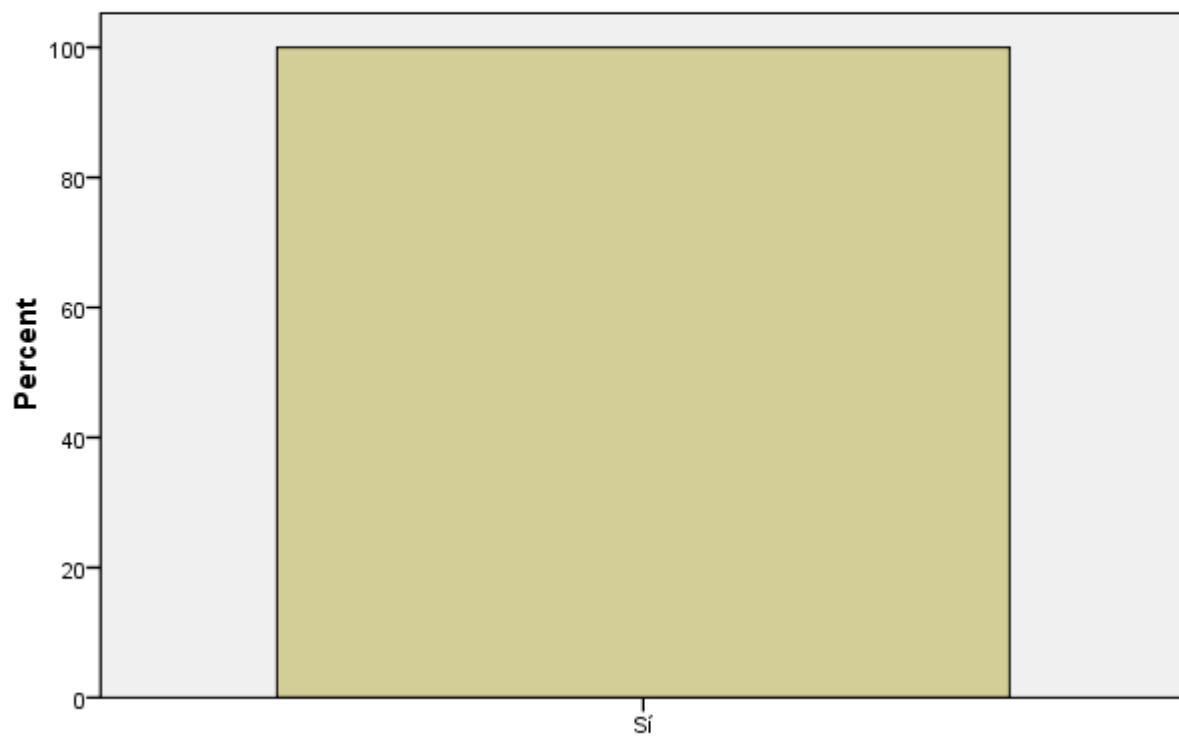
¿Conoces la revista digital Dialnet?



¿Conoces la revista digital Dialnet?

ANEXOS C

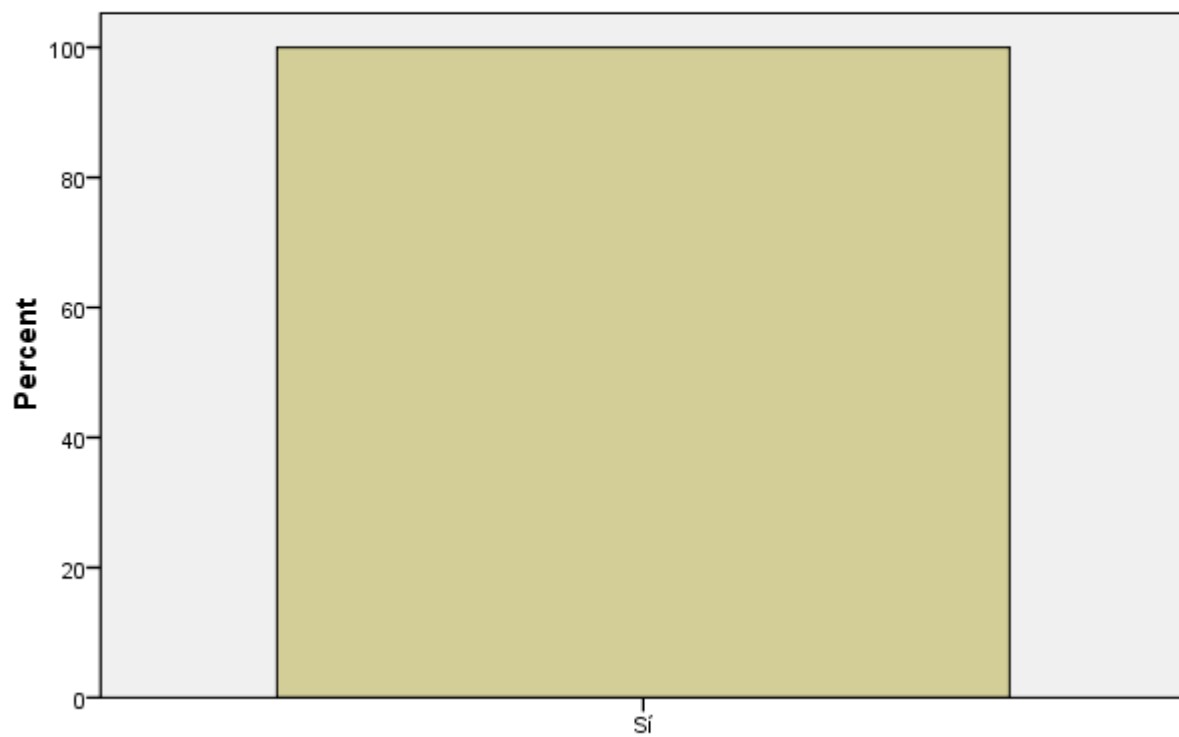
¿Conoces la revista digital Plátano Verde?



¿Conoces la revista digital Plátano Verde?

ANEXOS C

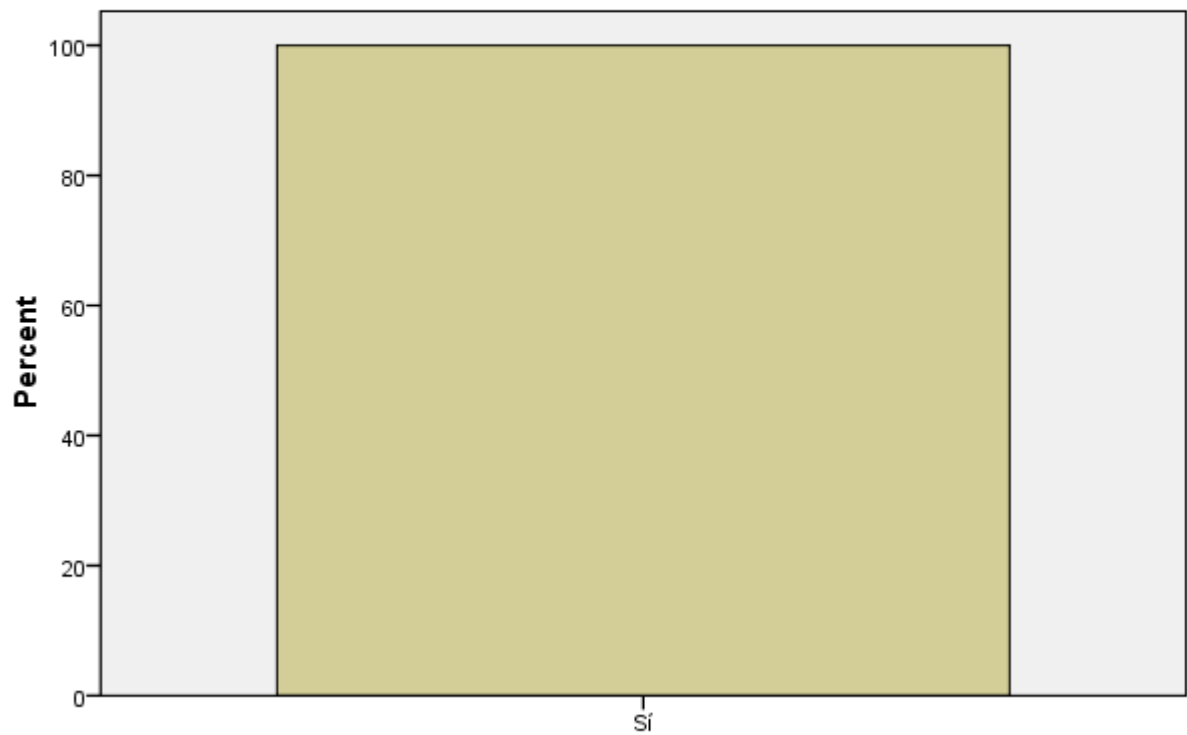
¿Conoces la revista digital Comunicación?



¿Conoces la revista digital Comunicación?

ANEXOS C

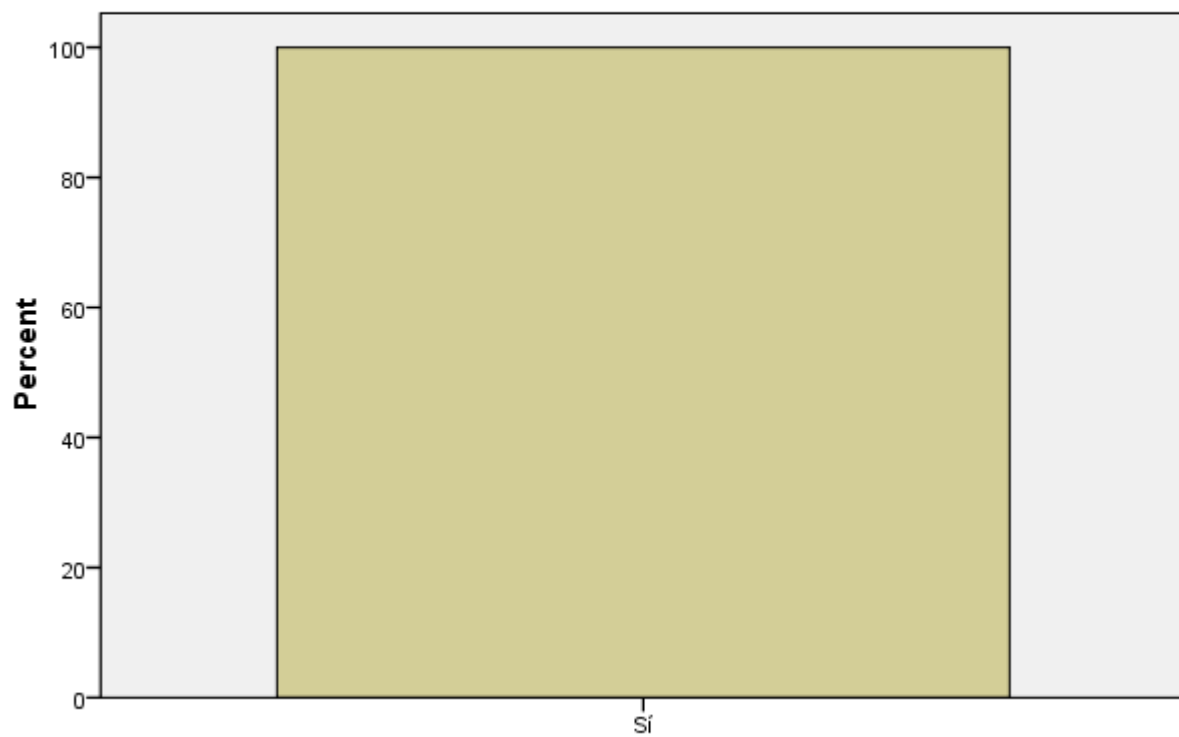
¿Conoces la revista digital The Daily?



¿Conoces la revista digital The Daily?

ANEXOS C

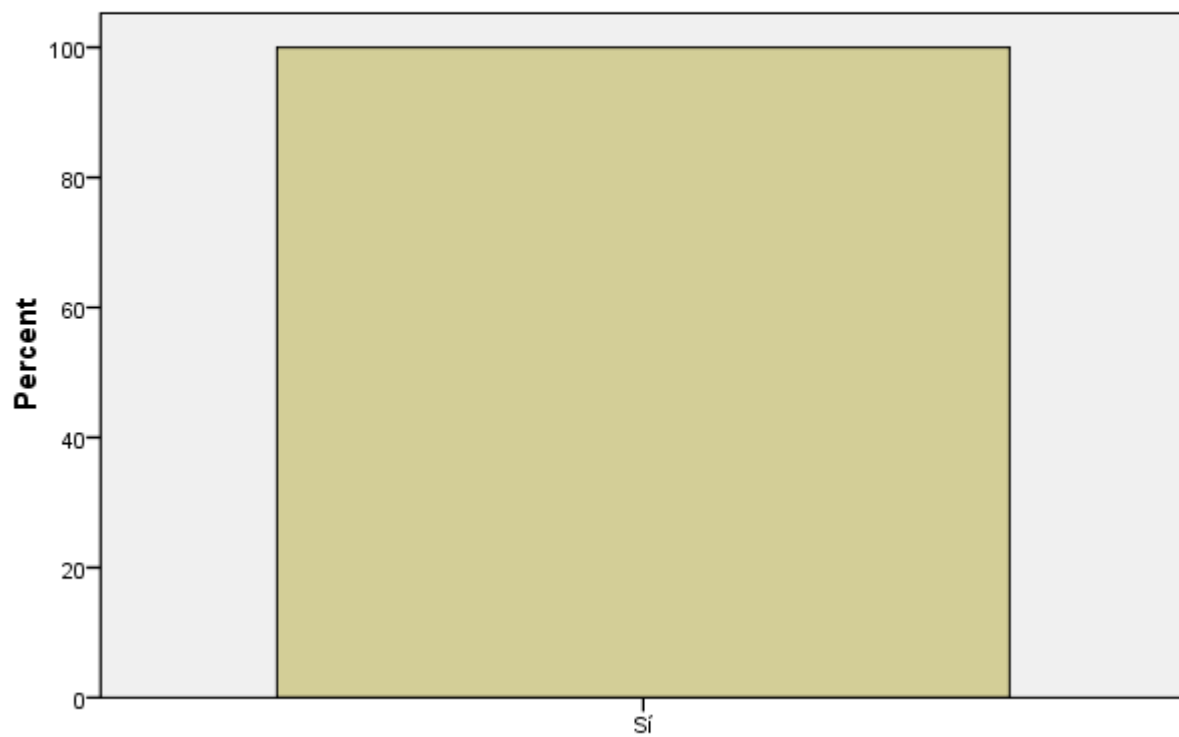
¿Conoces la revista digital Economist?



¿Conoces la revista digital Economist?

ANEXOS C

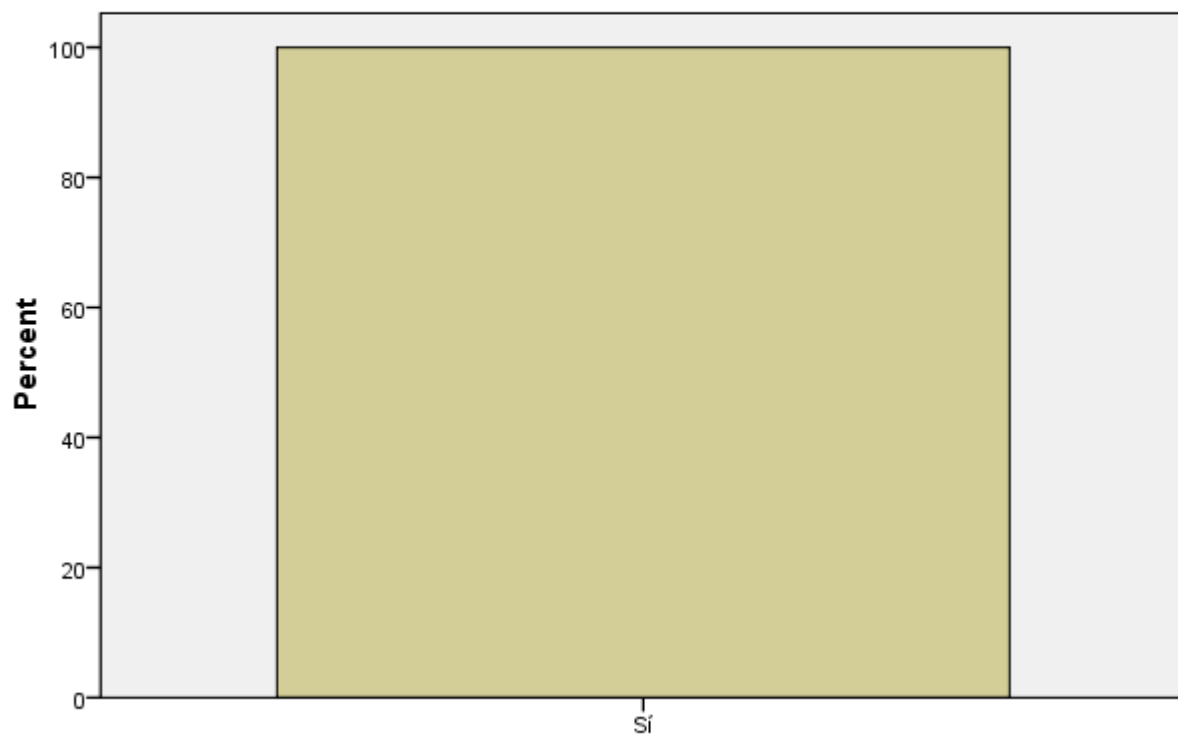
¿Conoces la revista digital Time?



¿Conoces la revista digital Time?

ANEXOS C

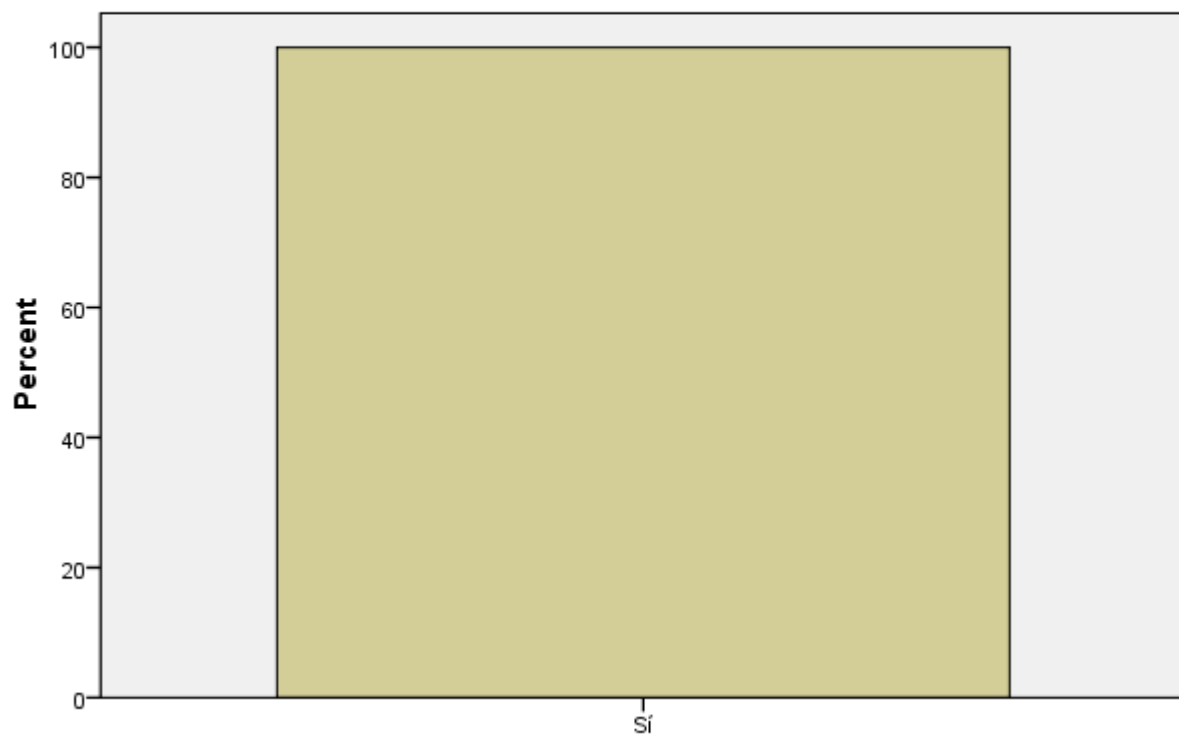
¿Conoces la revista digital Razor.Monkey?



¿Conoces la revista digital Razor.Monkey?

ANEXOS C

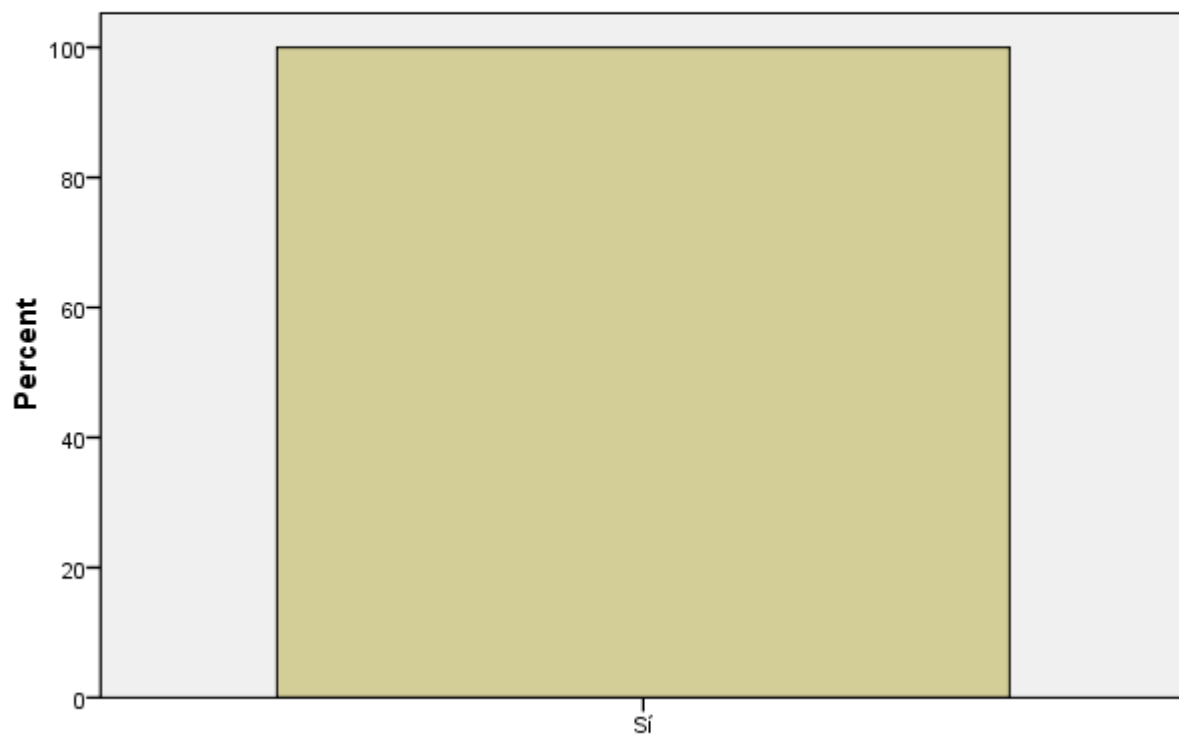
¿Conoces la revista digital Vida Extrema?



¿Conoces la revista digital Vida Extrema?

ANEXOS C

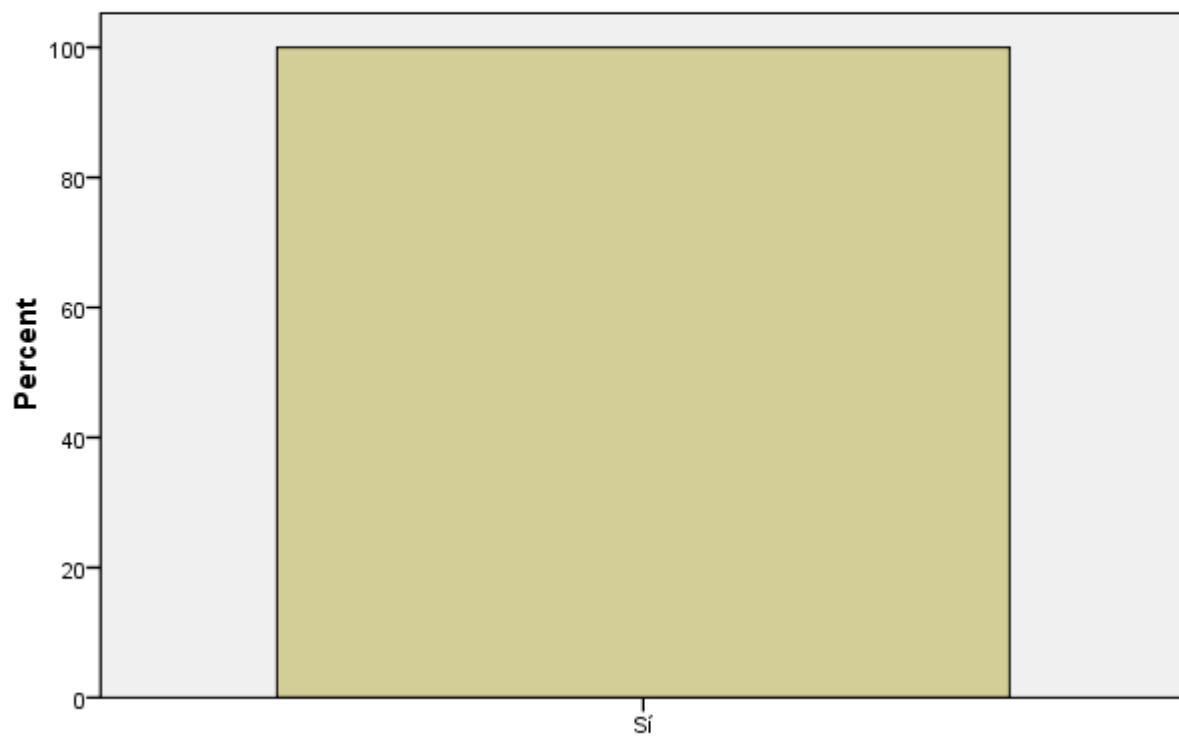
¿Conoces la revista digital Rolling Stone Magazine?



¿Conoces la revista digital Rolling Stone Magazine?

ANEXOS C

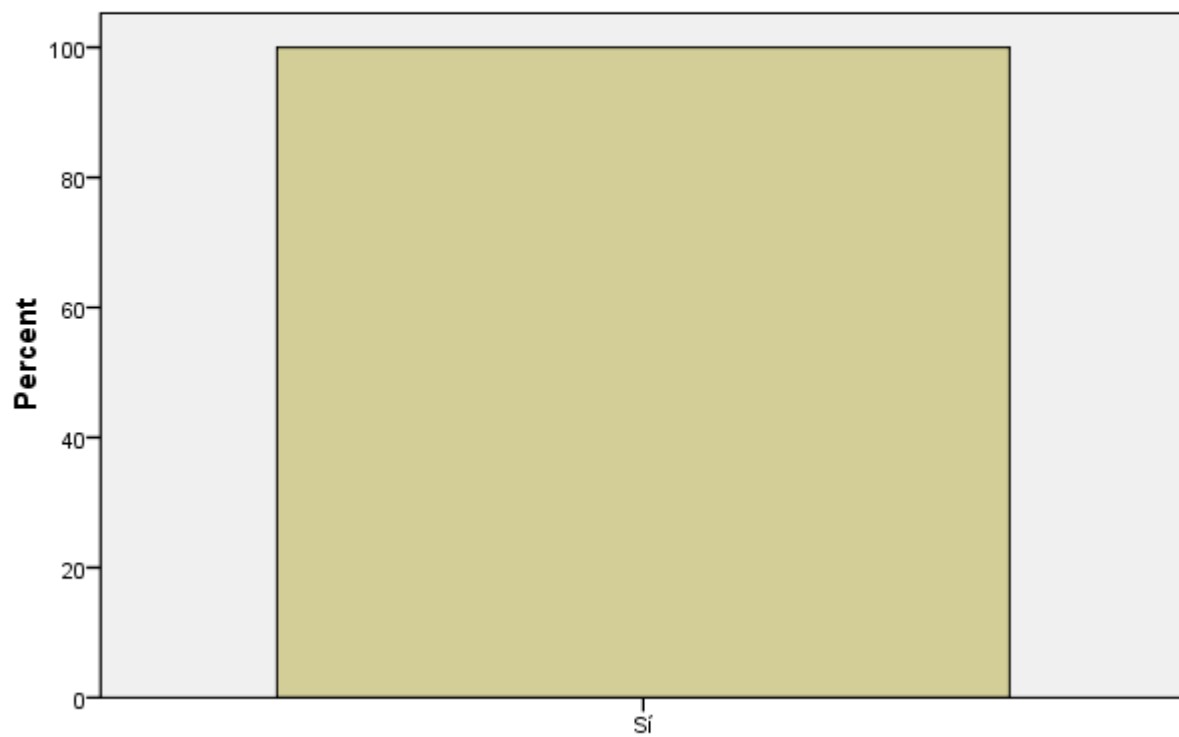
¿Conoces la revista digital Marca?



¿Conoces la revista digital Marca?

ANEXOS C

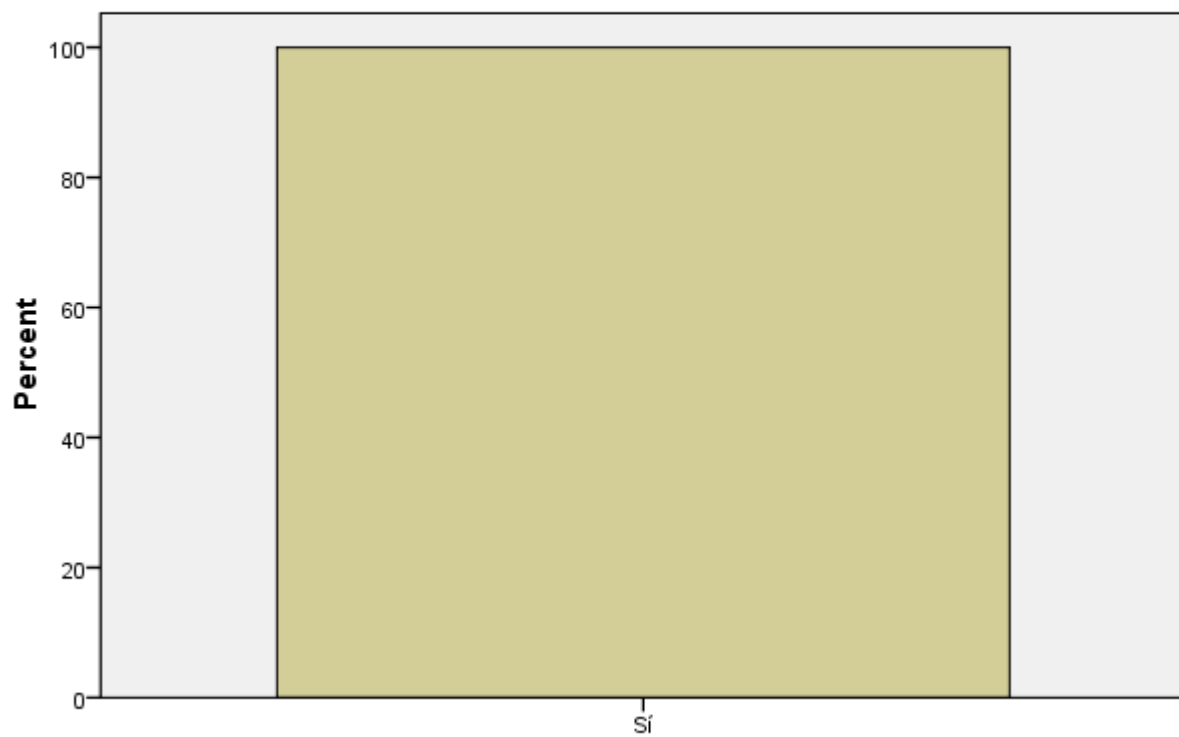
¿Conoces la revista digital 7 Capas?



¿Conoces la revista digital 7 Capas?

ANEXOS C

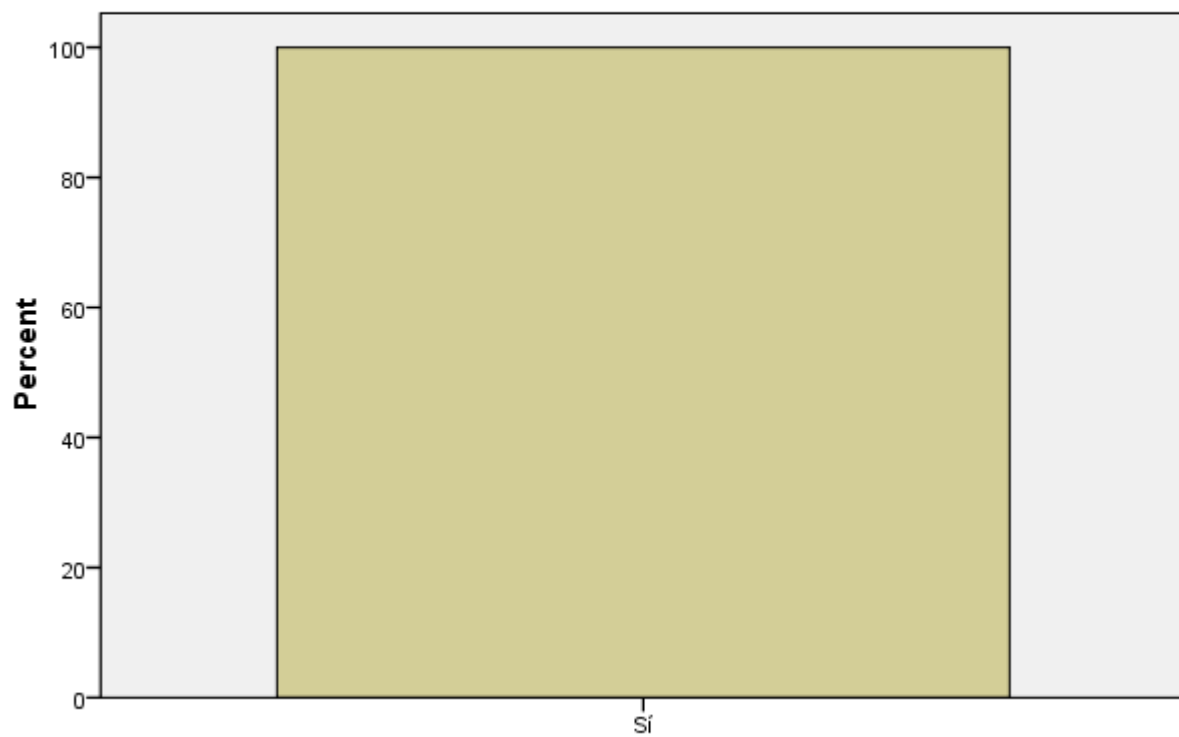
¿Conoces la revista digital Urbe Bikini?



¿Conoces la revista digital Urbe Bikini?

ANEXOS C

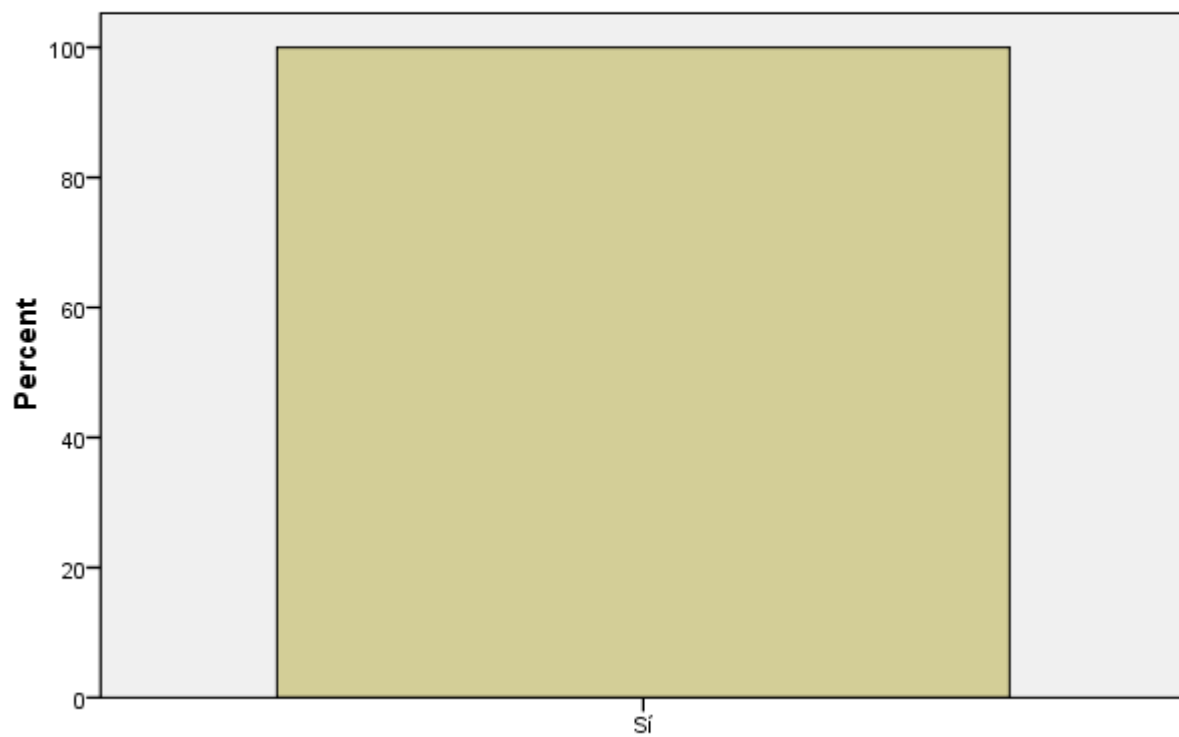
¿Conoces la revista digital La Doce?



¿Conoces la revista digital La Doce?

ANEXOS C

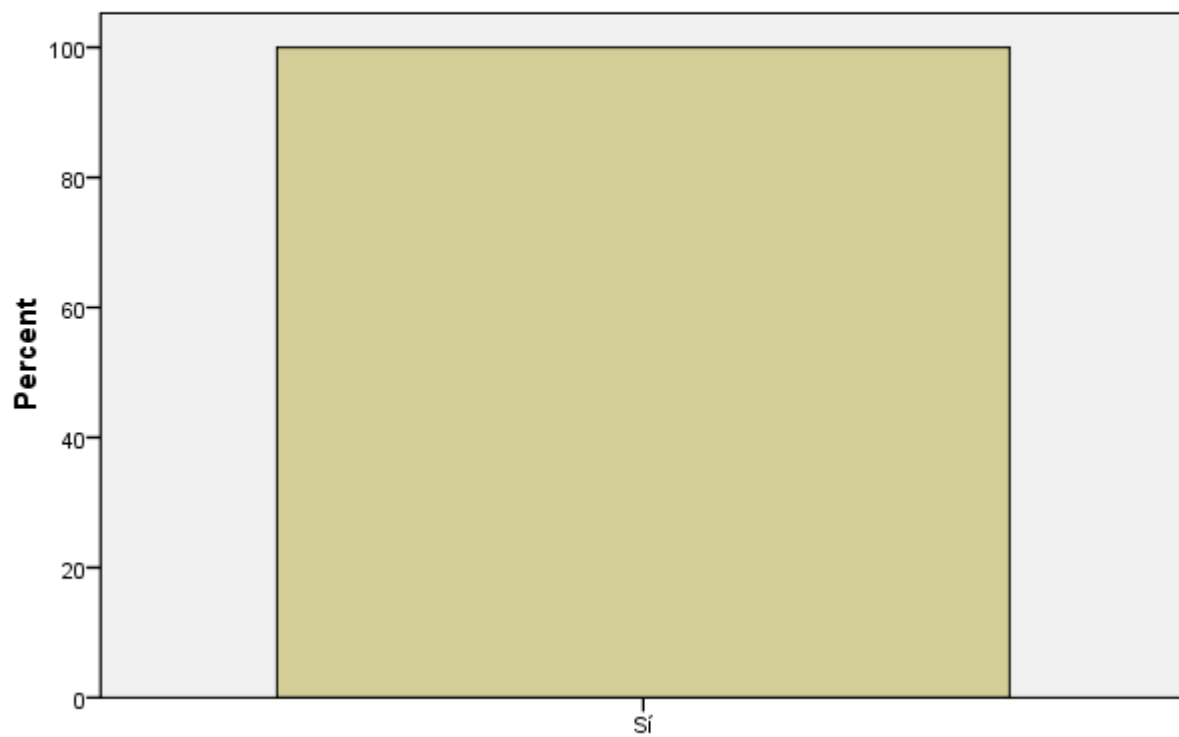
¿Conoces la revista digital Acceso Directv?



¿Conoces la revista digital Acceso Directv?

ANEXOS C

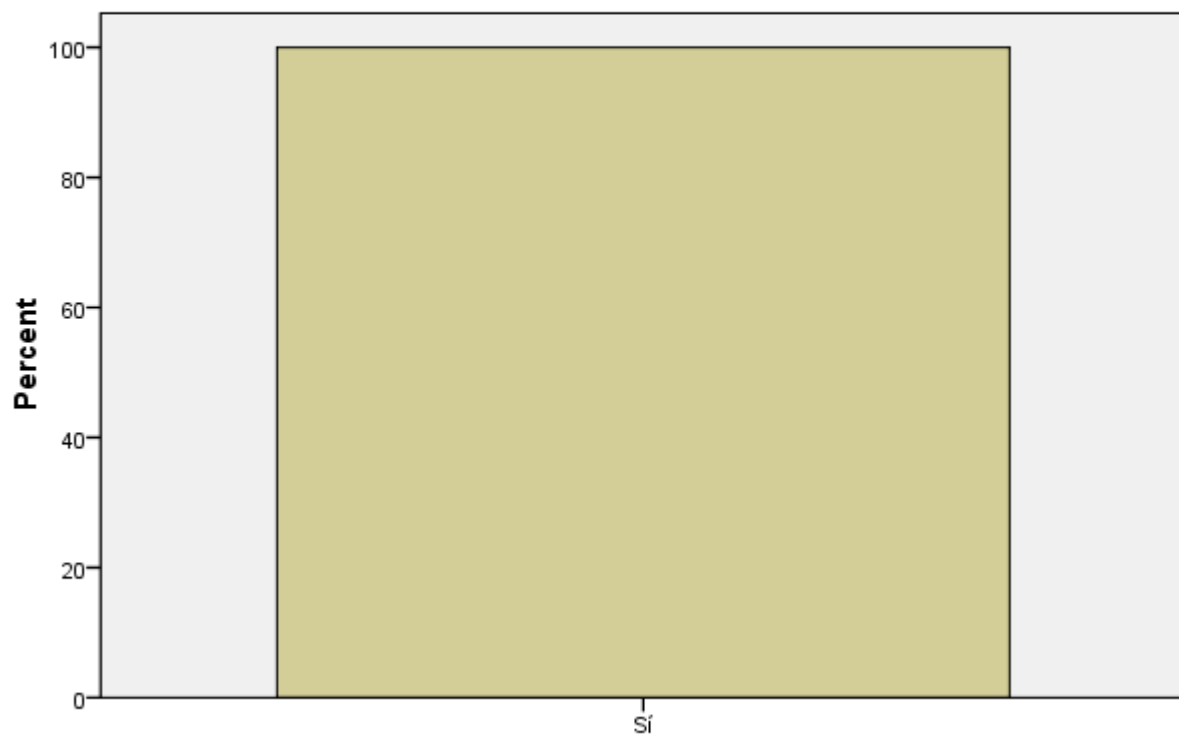
¿Conoces la revista digital Prisma?



¿Conoces la revista digital Prisma?

ANEXOS C

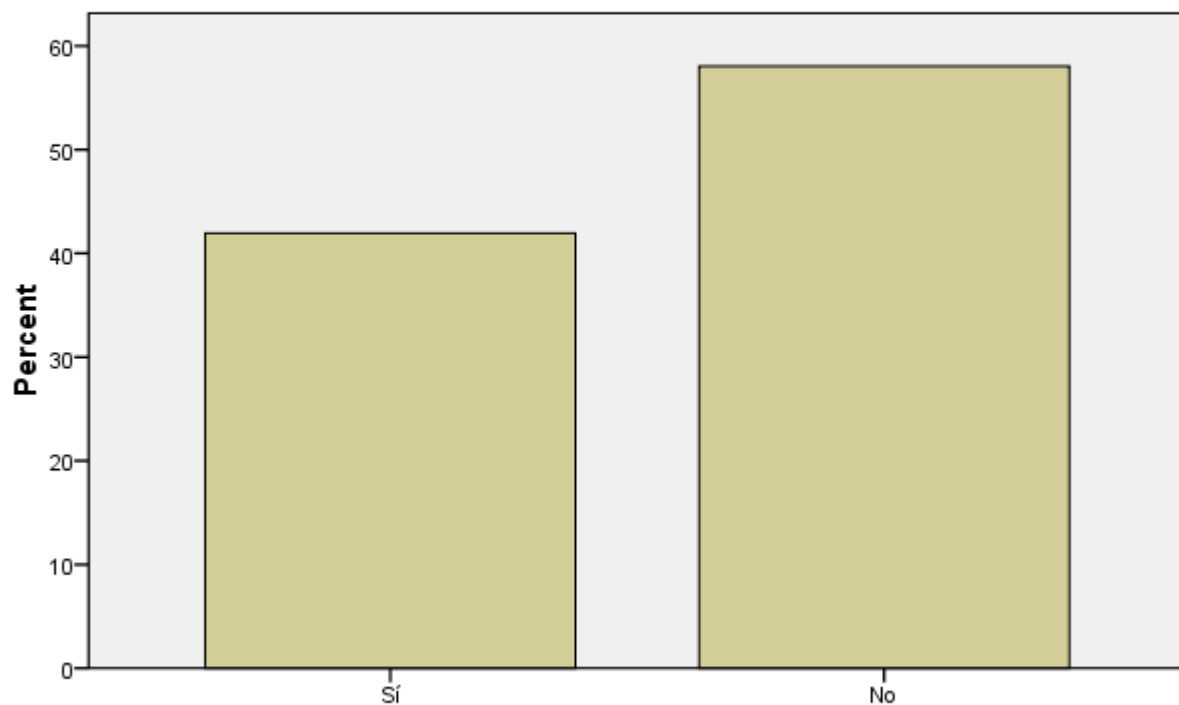
¿Conoces la revista digital BussinesWeek?



¿Conoces la revista digital BussinesWeek?

ANEXOS C

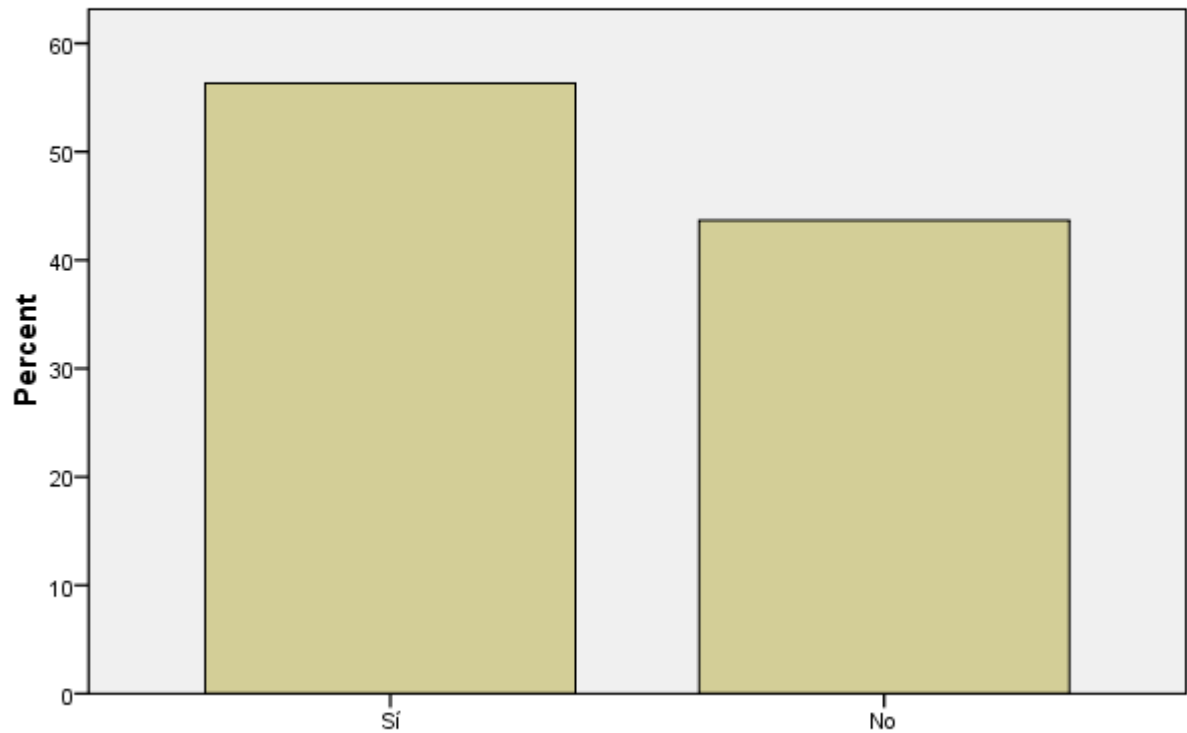
¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?



¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

ANEXOS C

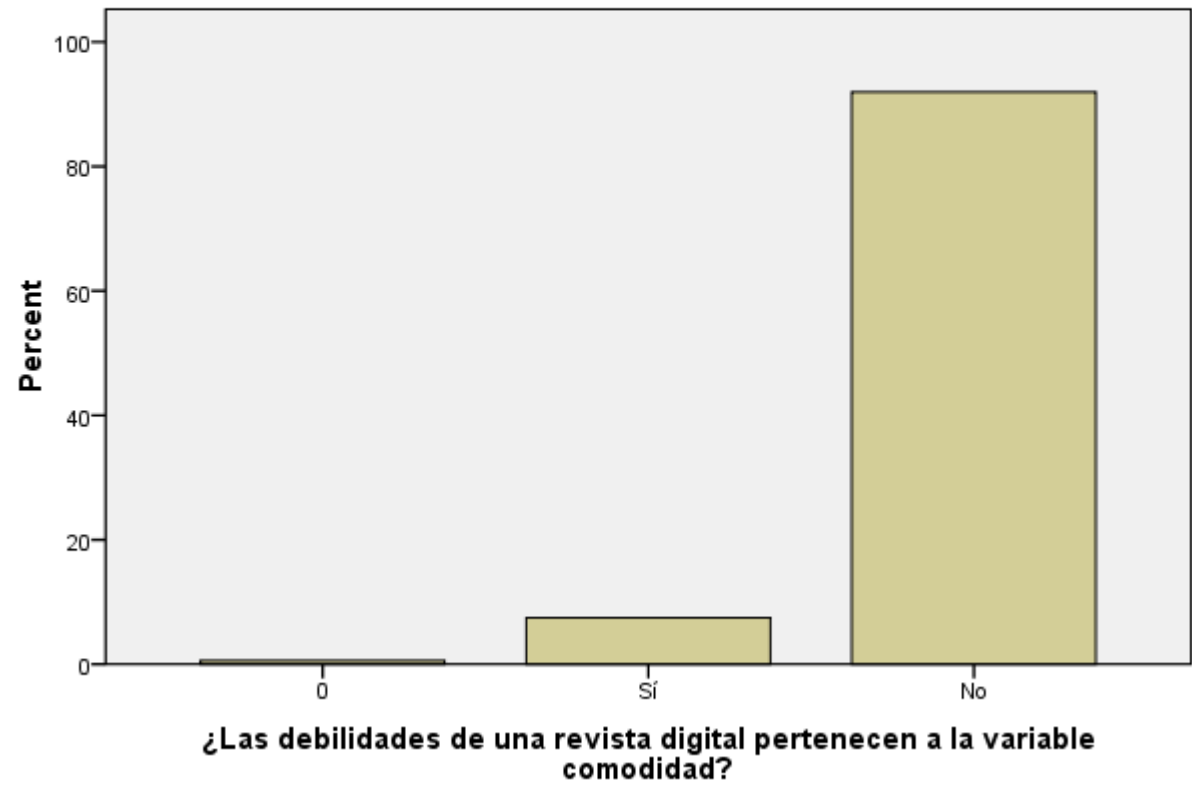
¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?



¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

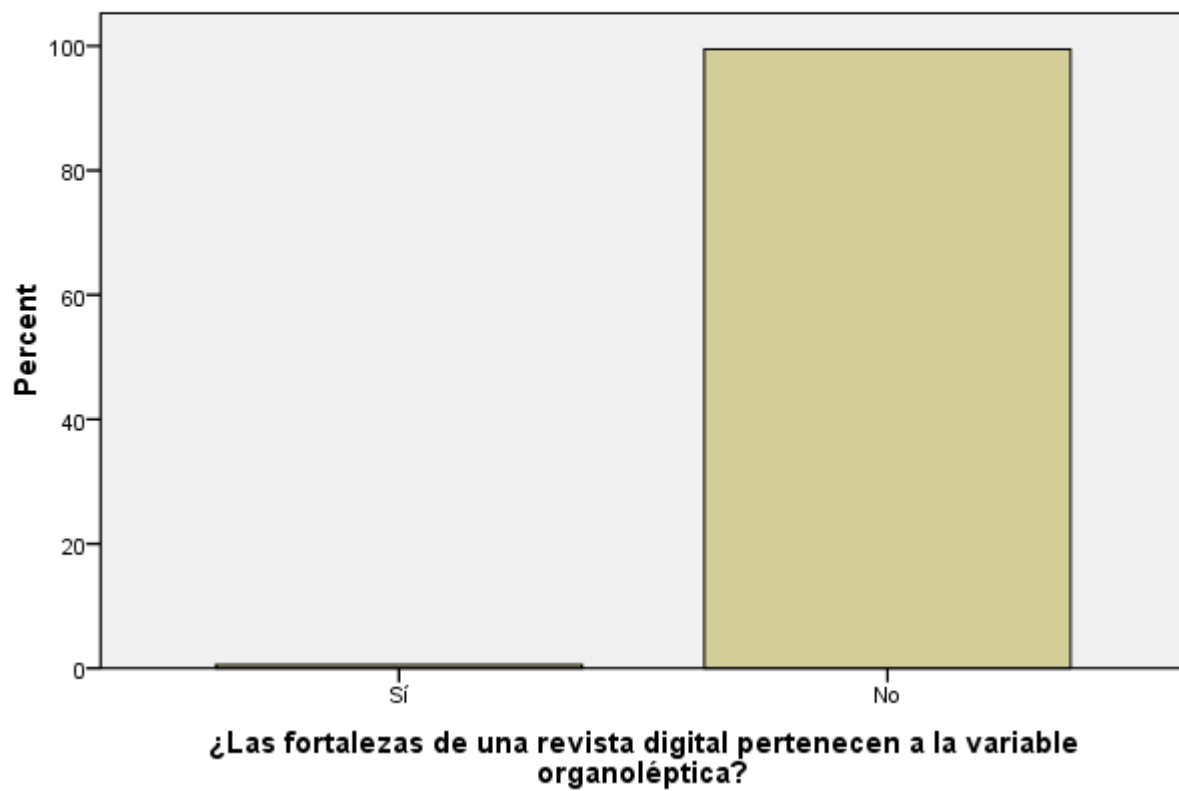
ANEXOS C

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?



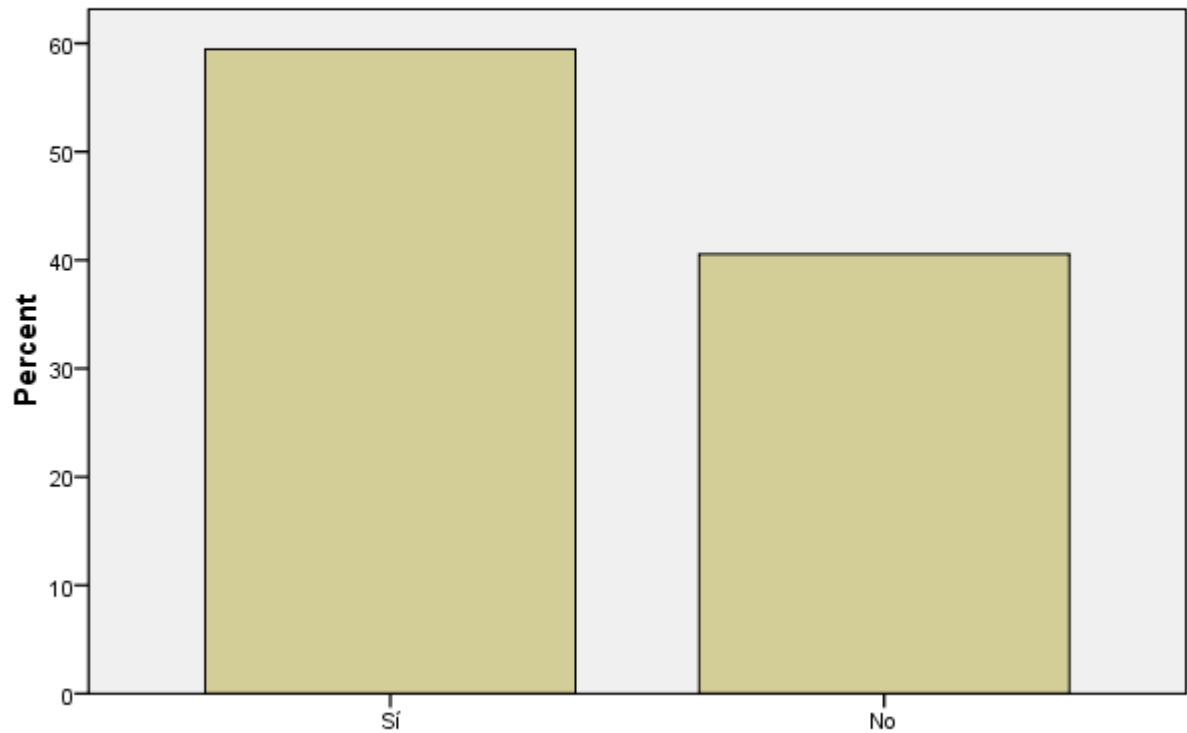
ANEXOS C

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?



ANEXOS C

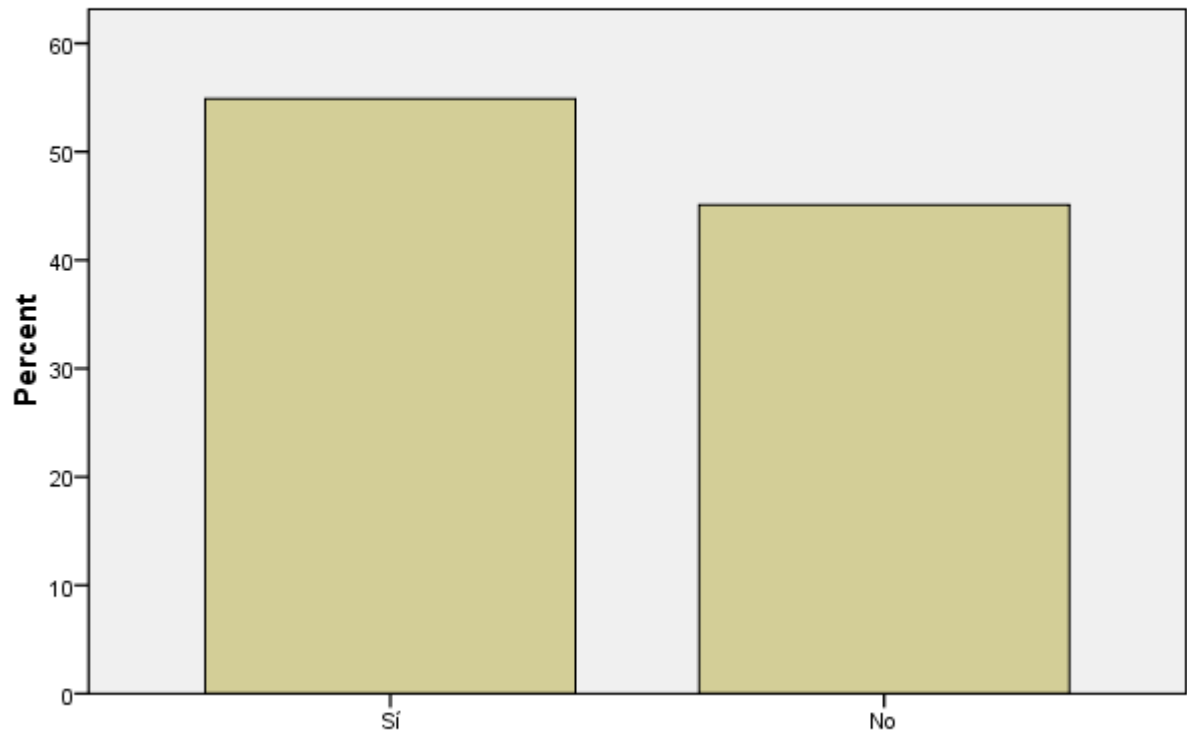
¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?



¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

ANEXOS C

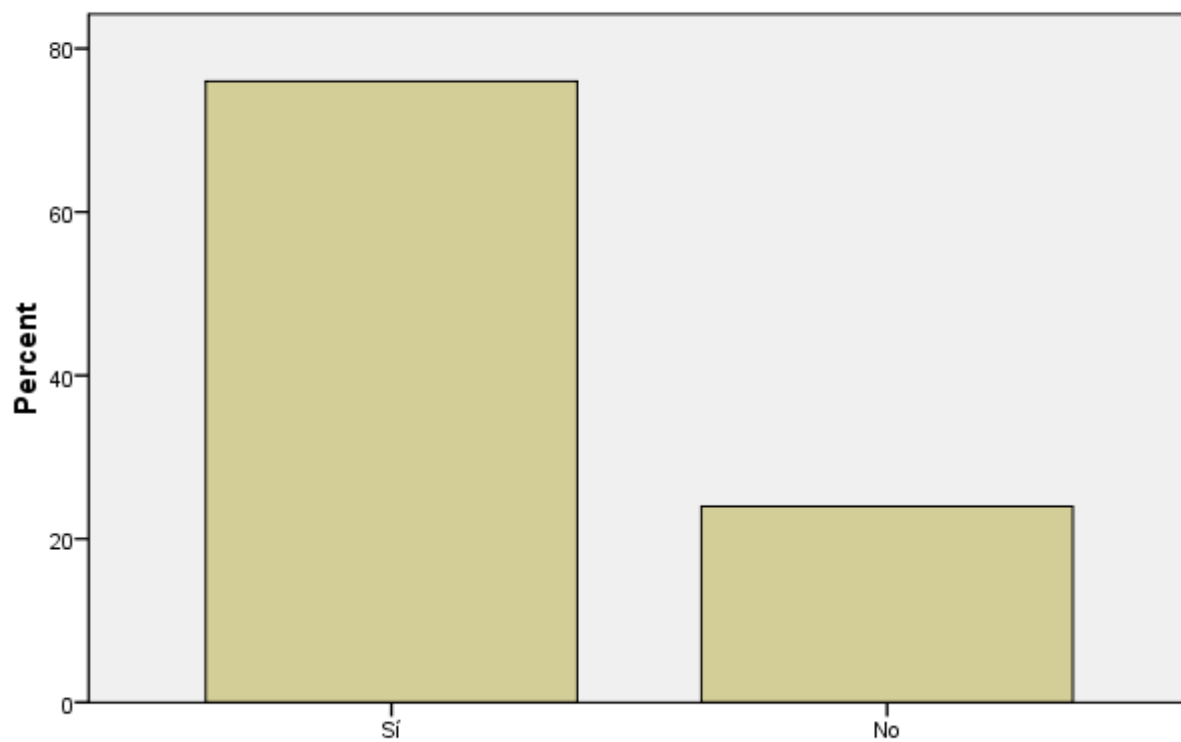
¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?



¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

ANEXOS C

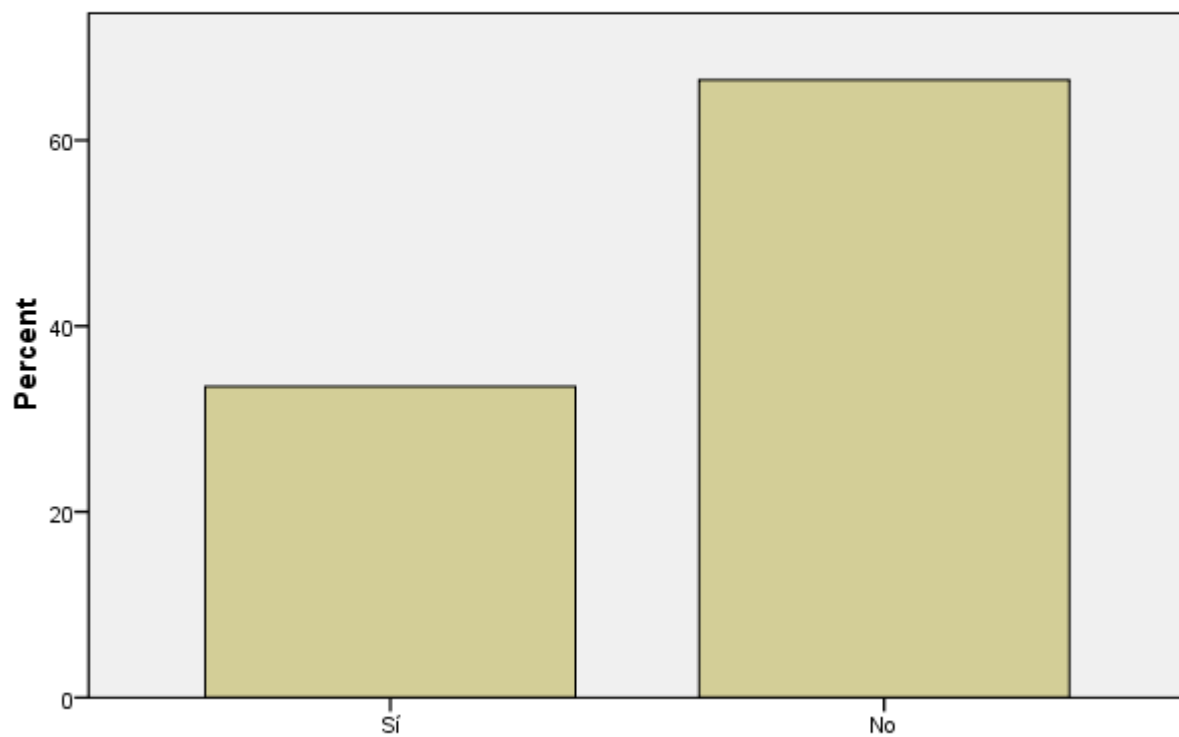
¿Conoces el término Underground?



¿Conoces el término Underground?

ANEXOS C

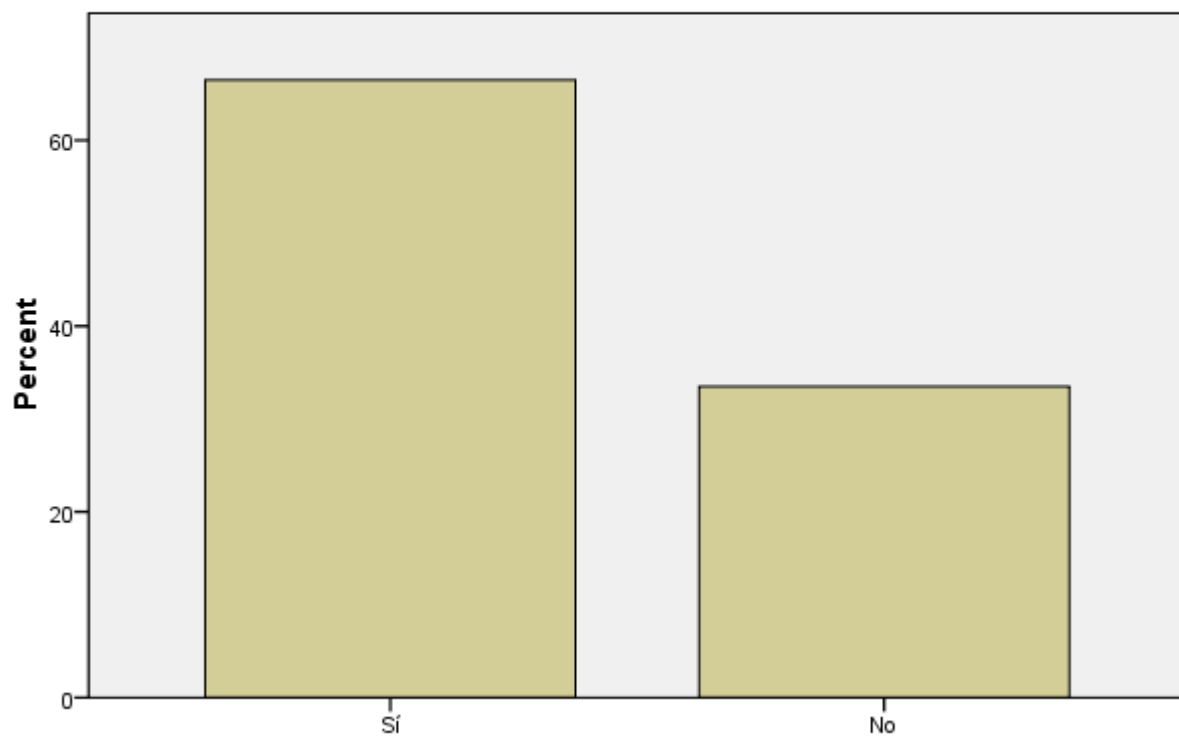
¿Te identificas con este estilo?



¿Te identificas con este estilo?

ANEXOS C

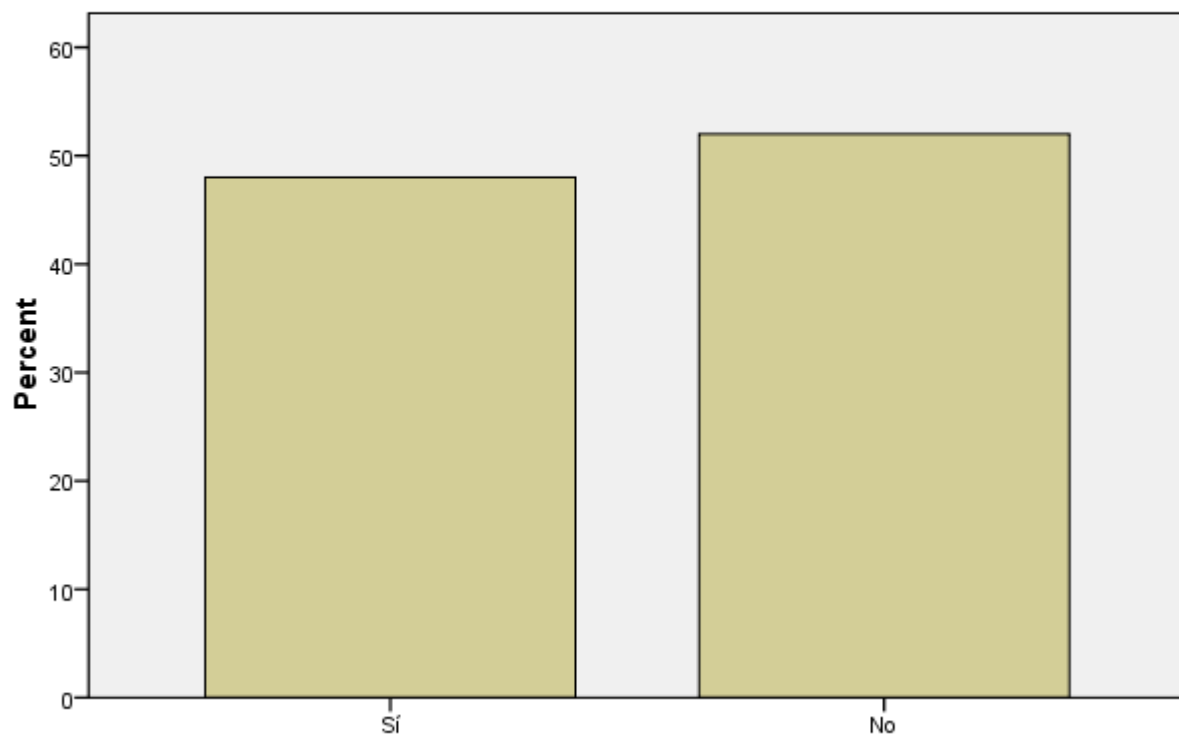
¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?



¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

ANEXOS C

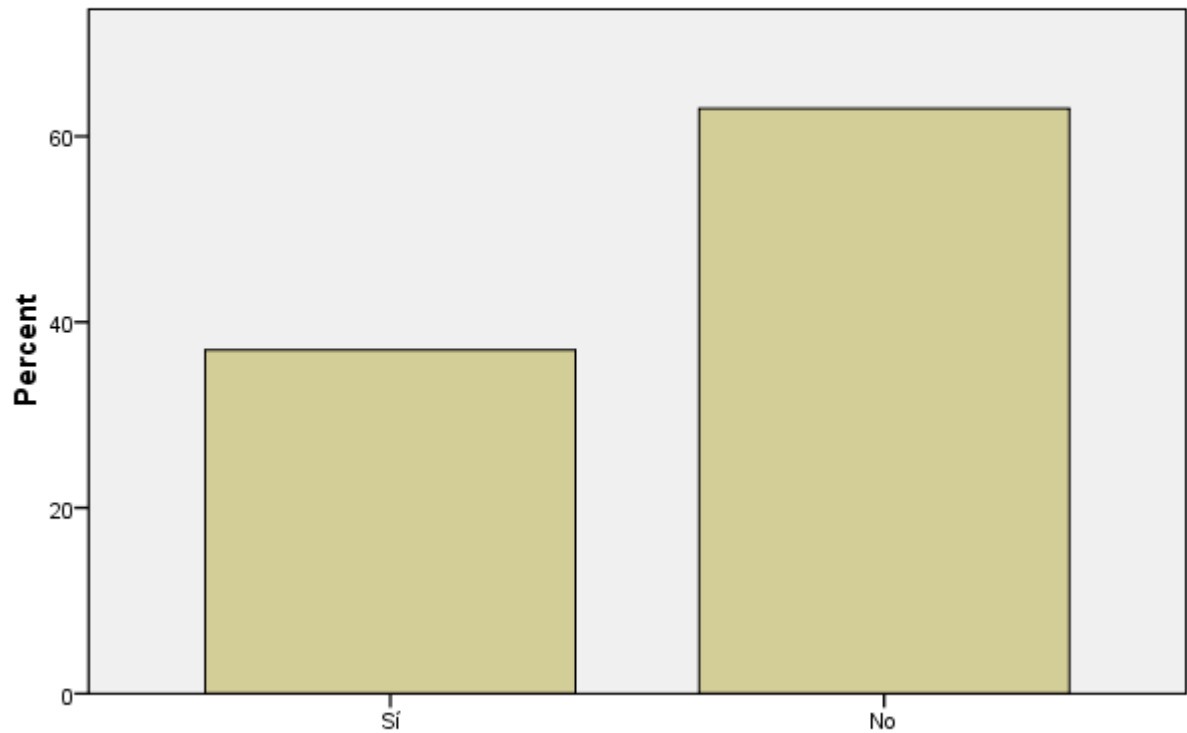
¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?



¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

ANEXOS C

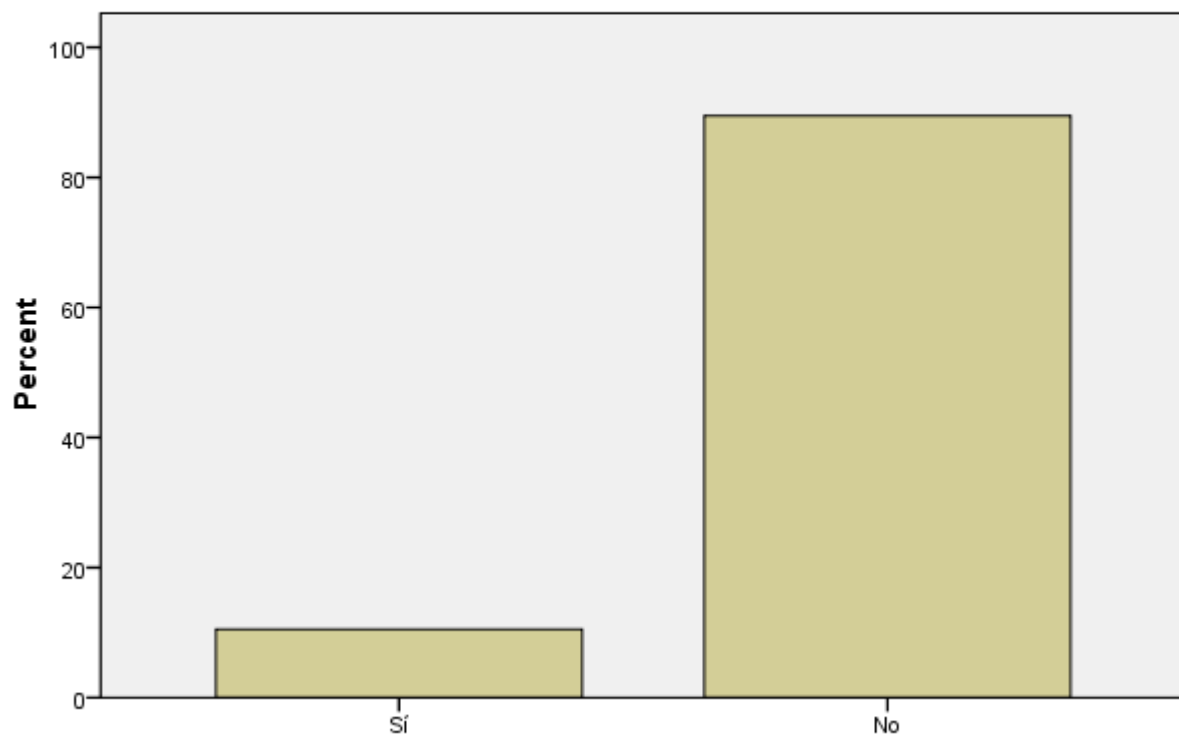
¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?



¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?

ANEXOS C

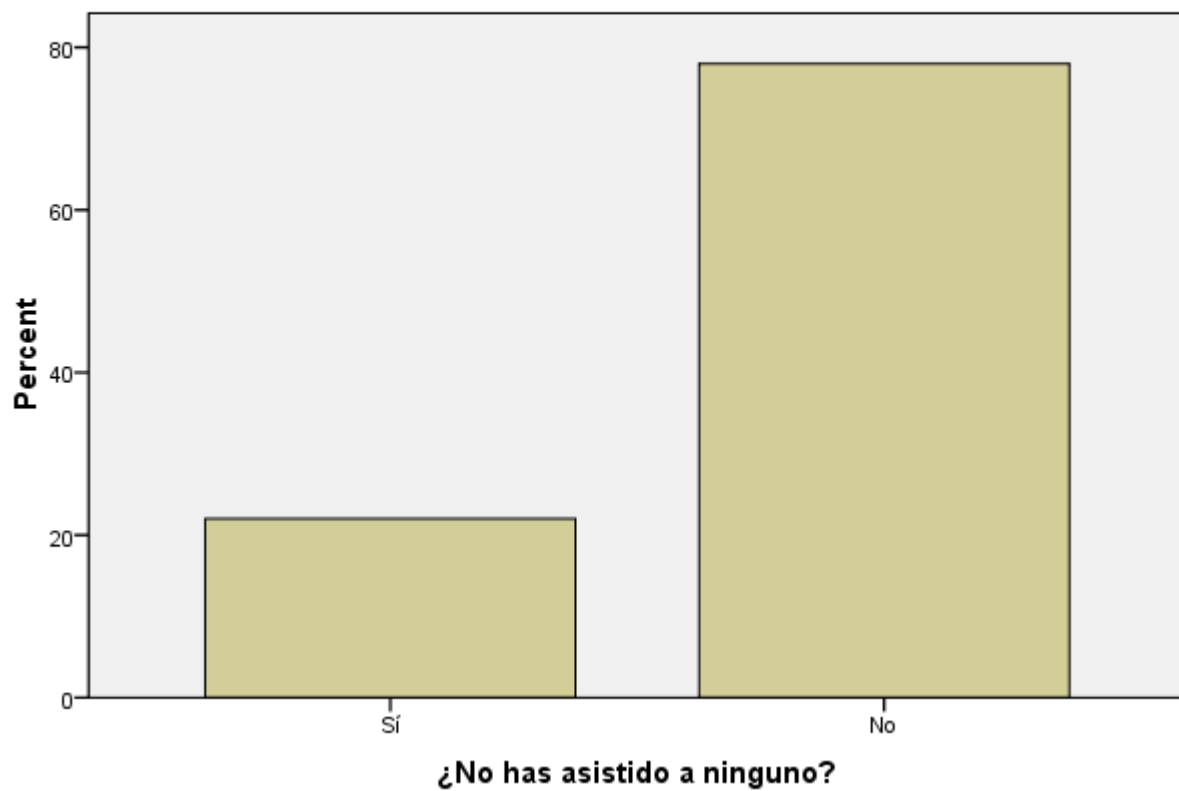
¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?



¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

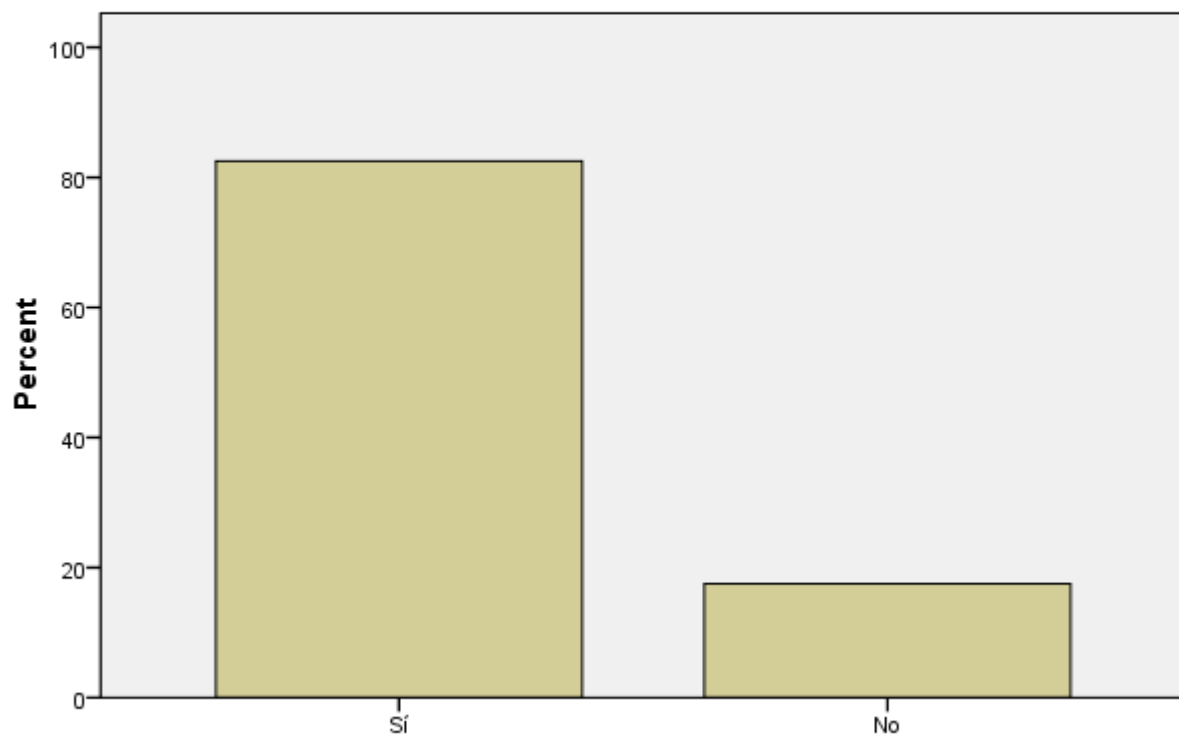
ANEXOS C

¿No has asistido a ninguno?



ANEXOS C

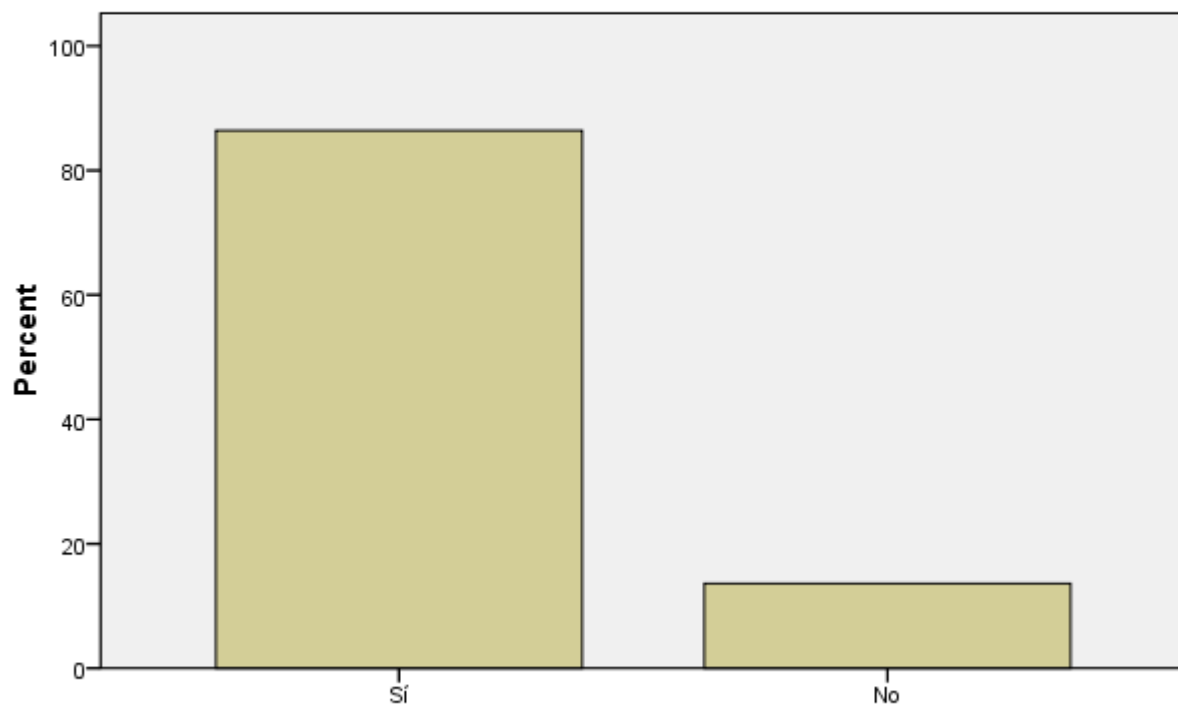
¿Leerías una revista digital de corte underground?



¿Leerías una revista digital de corte underground?

ANEXOS C

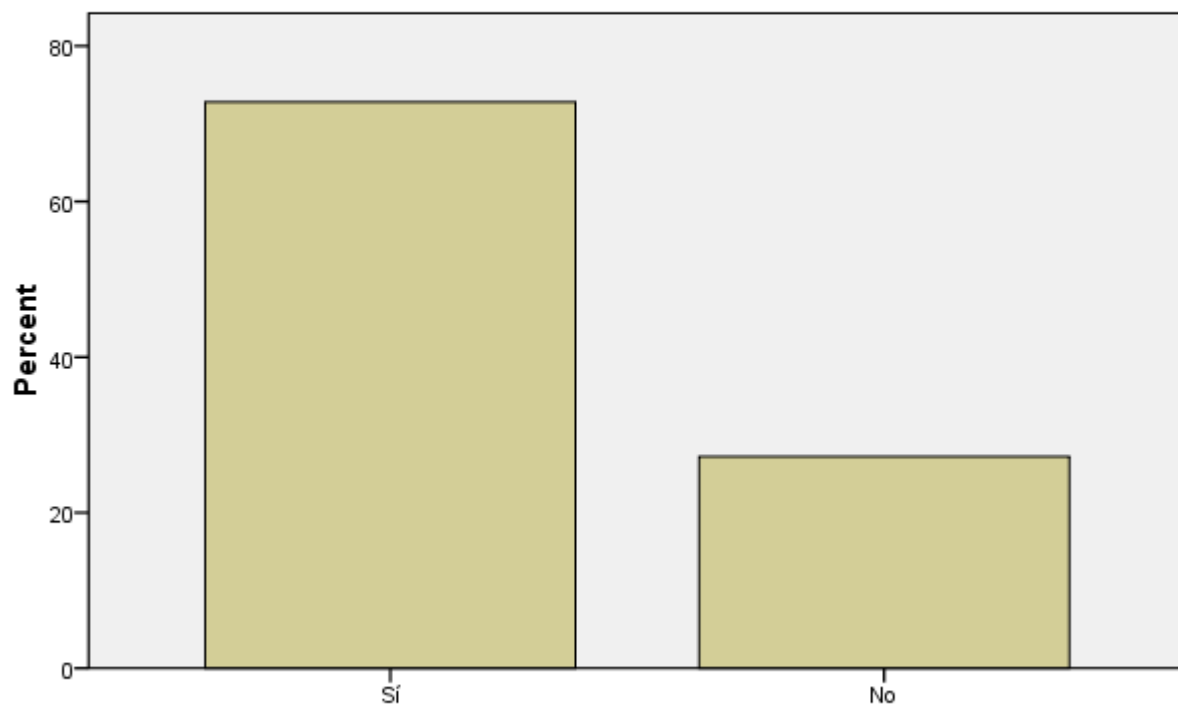
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?

ANEXOS C

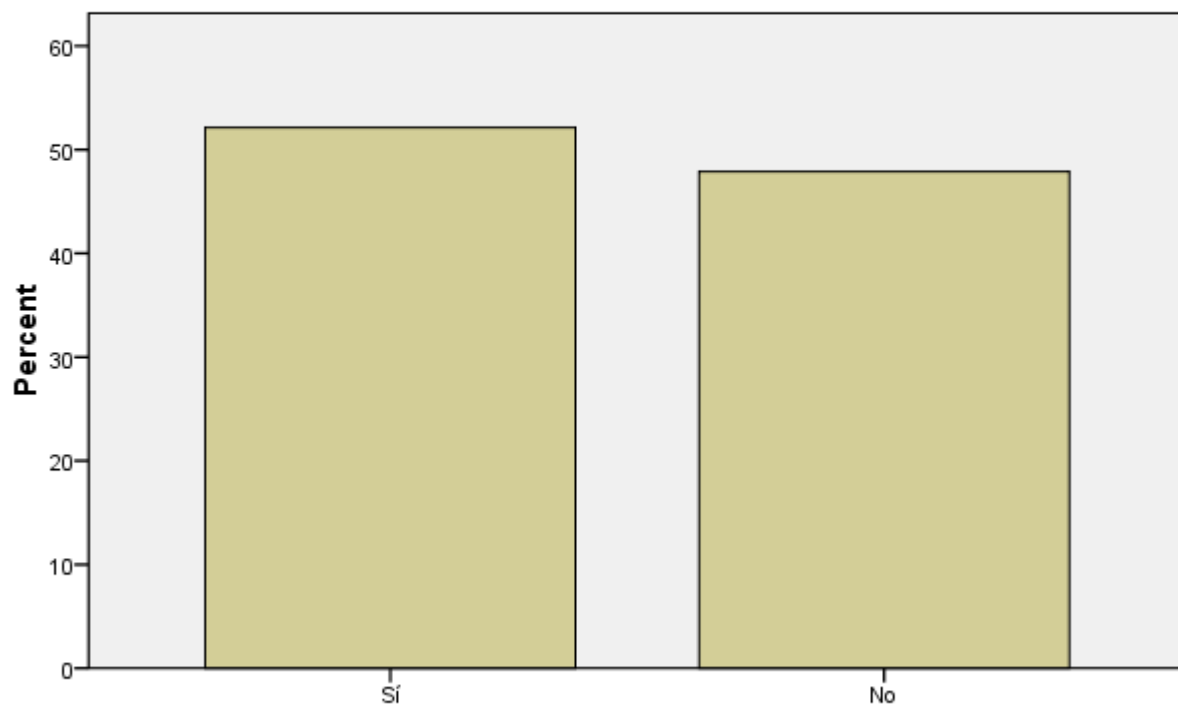
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?

ANEXOS C

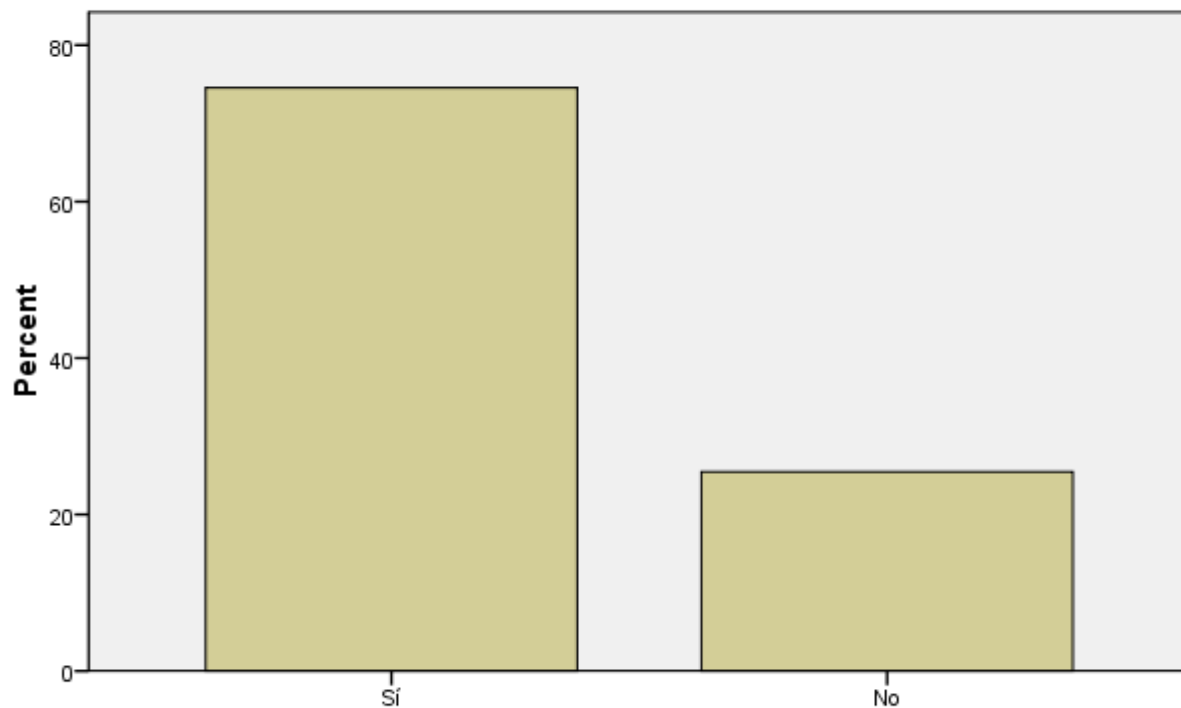
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?

ANEXOS C

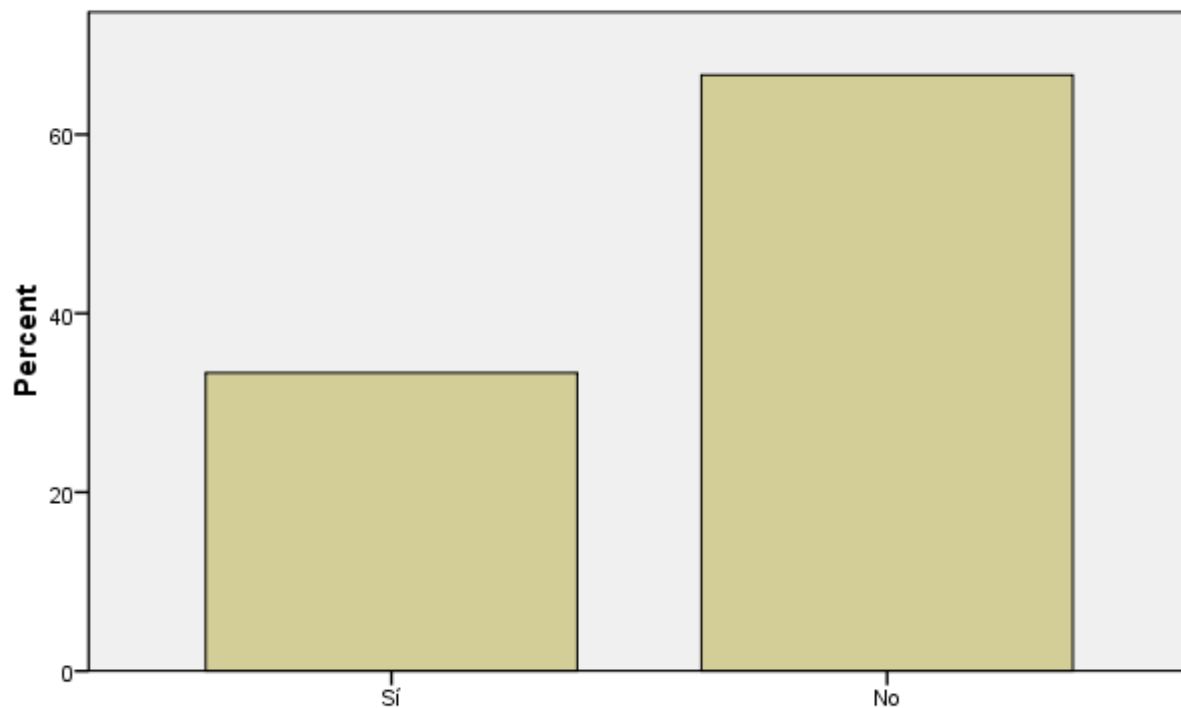
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?

ANEXOS C

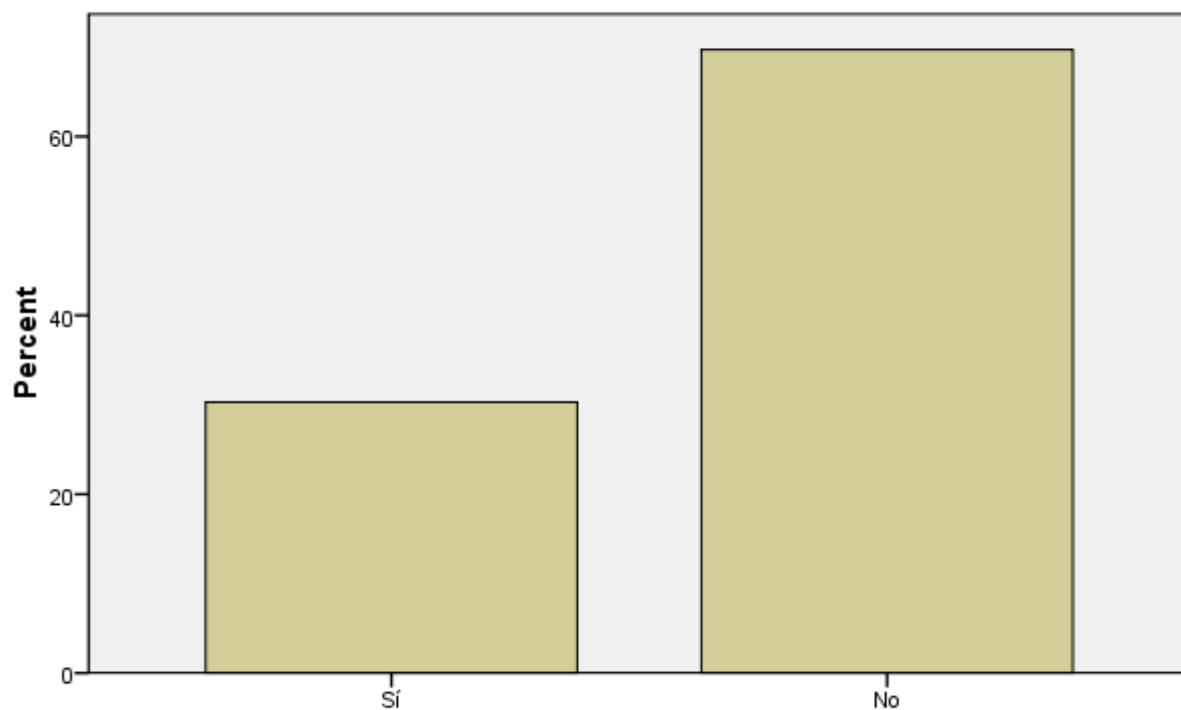
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?

ANEXOS C

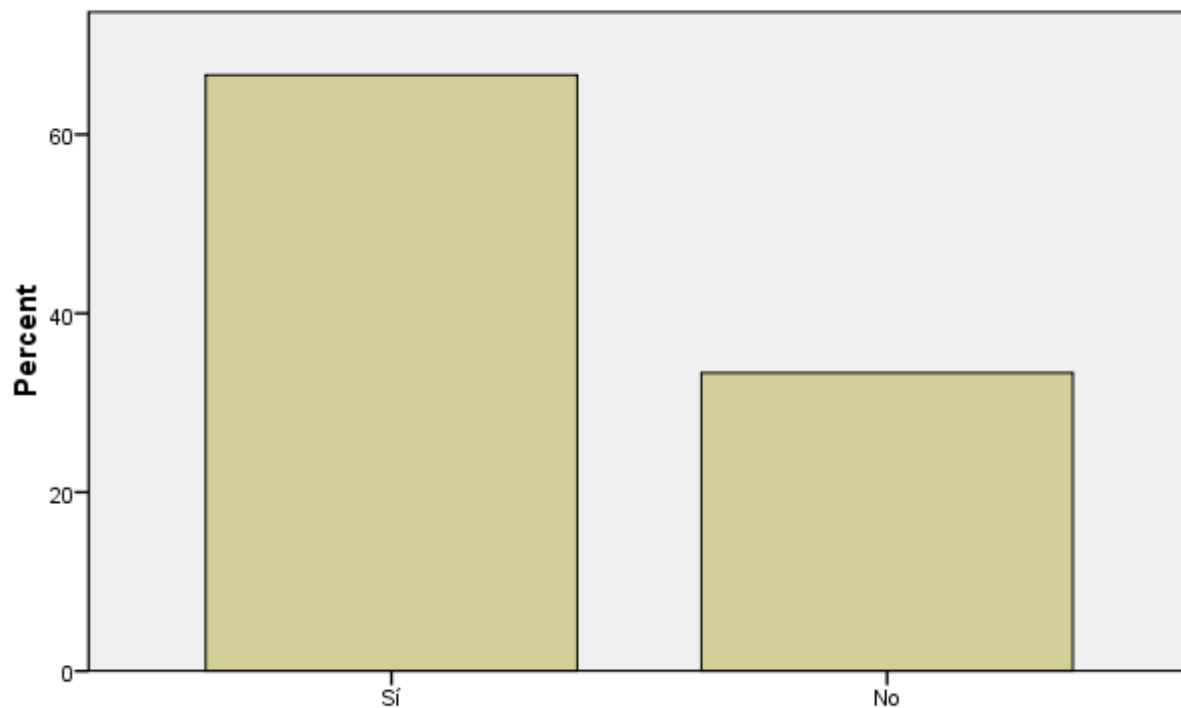
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?

ANEXOS C

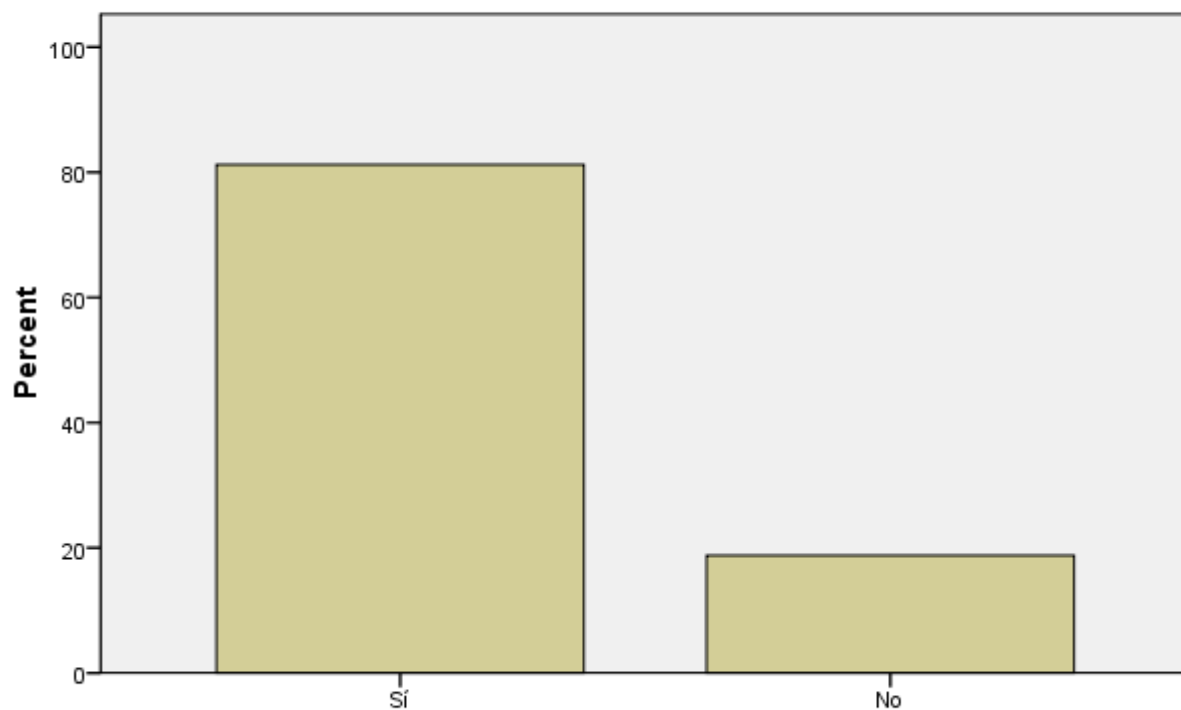
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?

ANEXOS C

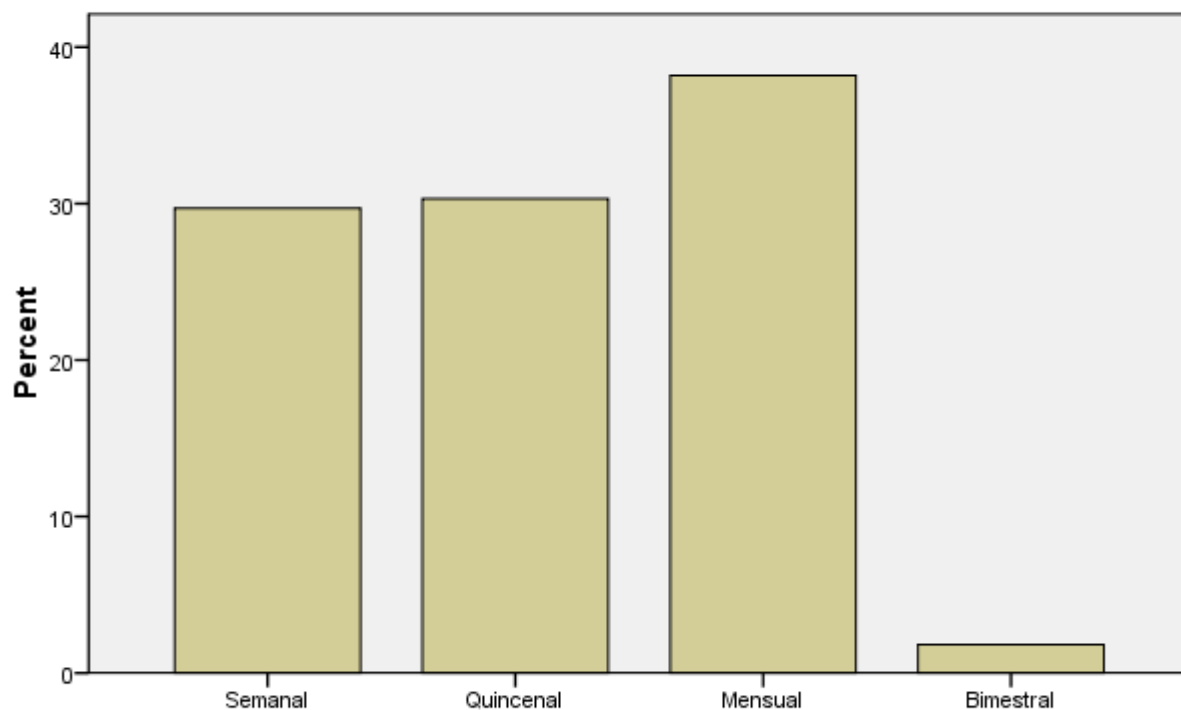
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?

ANEXOS C

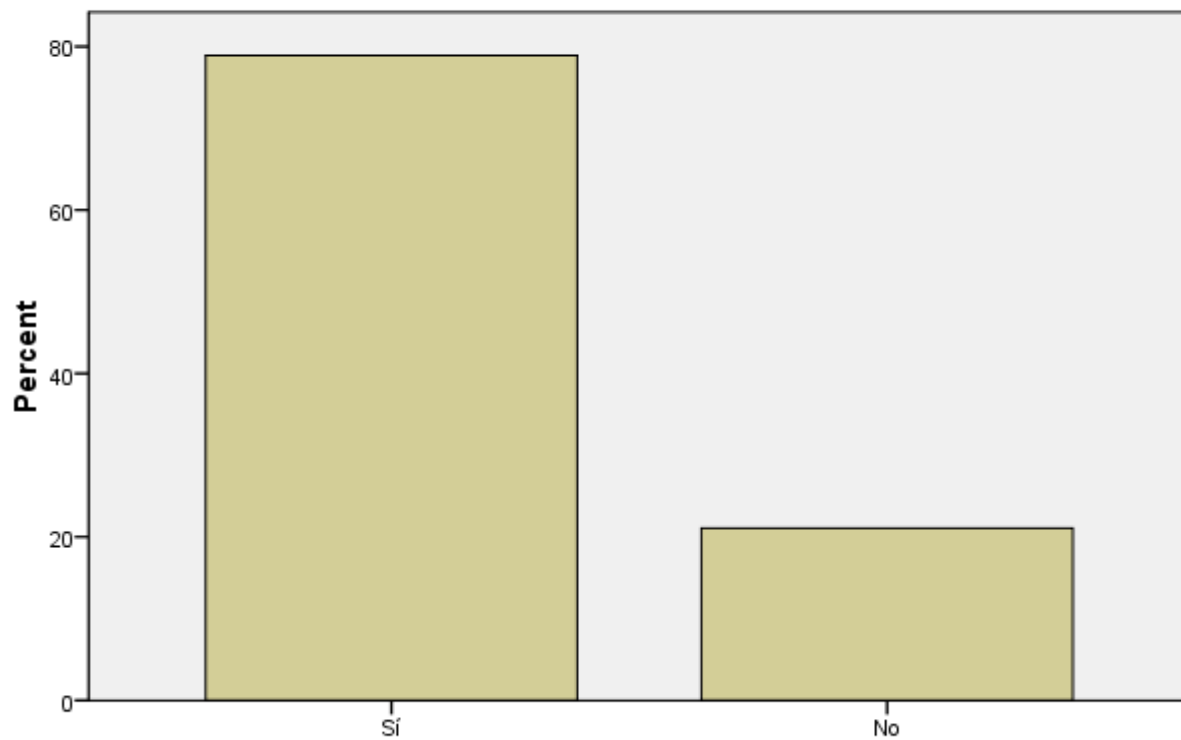
¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?



¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

ANEXOS C

¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?



¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

ANEXOS D

Statistics

		Edad	Sexo	¿Usas Internet?	¿Lees revistas?	¿Qué tipo de revistas prefieres leer?
N	Valid	90	90	90	90	90
	Missing	0	0	0	0	0

Statistics

		¿Posees Internet en tu casa?	¿Con qué frecuencia utilizas Internet?	¿Visitas páginas Web informativas?	¿Visitas páginas Web educativas?	¿Visitas redes sociales?
N	Valid	90	90	90	90	90
	Missing	0	0	0	0	0

Statistics

		¿Visitas páginas Web culturales?	¿Visitas páginas Web corporativas?	¿Alguna vez has leído una revista digital?	¿Conoces la revista digital Tú en Línea?	¿Conoces la revista digital Tendencias 21?
N	Valid	90	90	90	3	1
	Missing	0	0	0	87	89

Statistics

		¿Conoces la revista digital ProDavinci?	¿Conoces la revista digital ZP Magazine?	¿Conoces la revista digital Distorxion?	¿Conoces la revista digital Bazar?	¿Conoces la revista digital Vouge?
N	Valid	1	1	1	1	1
	Missing	89	89	89	89	89

Statistics

		¿Conoces la revista digital IFAB?	¿Conoces la revista digital CyZone?	¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?	¿Conoces la revista digital BBC?	¿Conoces la revista digital Interamericana de Bibliotecología?
N	Valid	1	1	1	1	1
	Missing	89	89	89	89	89

Statistics

ANEXOS D

		¿Conoces la revista digital Entre Rayas?	¿Conoces la revista digital Metapolítica?	¿Conoces la revista digital Ecoinvest?	¿Conoces la revista digital Glamour?	¿Conoces la revista digital PC World?
N	Valid	3	1	1	2	1
	Missing	87	89	89	88	89

Statistics

		¿Conoces la revista digital PC Magazine?	¿Conoces la revista digital Exceso?	¿Conoces la revista digital Mecánica Popular?	¿Conoces la revista digital Sport Life?	¿Conoces la revista digital Hola?
N	Valid	2	1	1	1	1
	Missing	88	89	89	89	89

Statistics

		¿Conoces la revista digital Geociencias?	¿Conoces la revista digital Estampas?	¿Conoces la revista digital Psicología on Line?	¿Conoces la revista digital Psicología Científica?	¿Conoces la revista digital El Salmón?
N	Valid	1	1	3	2	1
	Missing	89	89	87	88	89

Statistics

		¿Conoces la revista digital Orbis?	¿Conoces la revista digital Negotium?	¿Conoces la revista digital Guayoyo en Letras?	¿Conoces la revista digital Factum?	¿Conoces la revista digital Vanity Fair?
N	Valid	0	0	0	0	0
	Missing	90	90	90	90	90

Statistics

		¿Conoces la revista digital Photomagazine?	¿Conoces la revista digital Muheve?	¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?	¿Conoces la revista digital Pijama Surf?	¿Conoces la revista digital Letralia?
N	Valid	0	0	0	0	0
	Missing	90	90	90	90	90

ANEXOS D

Statistics

		¿Conoces la revista digital Dialnet?	¿Conoces la revista digital Plátano Verde?	¿Conoces la revista digital Comunicación?	¿Conoces la revista digital The Daily?	¿Conoces la revista digital Economist?
N	Valid	1	0	0	0	0
	Missing	89	90	90	90	90

Statistics

		¿Conoces la revista digital Time?	¿Conoces la revista digital Razor Monkey?	¿Conoces la revista digital Vida Extrema?	¿Conoces la revista digital Rolling.Stone Magazine?	¿Conoces la revista digital Marca?
N	Valid	0	0	0	0	0
	Missing	90	90	90	90	90

Statistics

		¿Conoces la revista digital 7.Capas?	¿Conoces la revista digital Urbe Bikini?	¿Conoces la revista digital La Doce?	¿Conoces la revista digital Acceso Directv?	¿Conoces la revista digital Prisma?
N	Valid	0	0	0	0	0
	Missing	90	90	90	90	90

Statistics

		¿Conoces la revista digital BussinesWeek?	¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?
N	Valid	0	79	79	79	86
	Missing	90	11	11	11	4

Statistics

		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	¿Conoces el término Underground?	¿Te identificas con este estilo?	¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

ANEXOS D

N	Valid	87	86	90	90	90
	Missing	3	4	0	0	0

Statistics

		¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?	¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?	¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?	¿No has asistido a ninguno?	¿Leerías una revista digital de corte underground?
N	Valid	90	90	90	90	90
	Missing	0	0	0	0	0

Statistics

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?
N	Valid	77	77	77	77	77
	Missing	13	13	13	13	13

Statistics

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?	¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?	¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?
N	Valid	77	77	77	77	77
	Missing	13	13	13	13	13

Frequency Table

Edad

ANEXOS D

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17	2	2,2	2,2	2,2
	18	11	12,2	12,2	14,4
	19	20	22,2	22,2	36,7
	20	12	13,3	13,3	50,0
	21	15	16,7	16,7	66,7
	22	10	11,1	11,1	77,8
	23	5	5,6	5,6	83,3
	24	4	4,4	4,4	87,8
	25	3	3,3	3,3	91,1
	26	3	3,3	3,3	94,4
	28	2	2,2	2,2	96,7
	29	1	1,1	1,1	97,8
	31	1	1,1	1,1	98,9
	32	1	1,1	1,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Sexo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Masculino	27	30,0	30,0	30,0
	Femenino	63	70,0	70,0	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

¿Usas Internet?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	90	100,0	100,0	100,0

ANEXOS D

¿Lees revistas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	90	100,0	100,0	100,0

¿Qué tipo de revistas prefieres leer?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Especializadas	28	31,1	31,1	31,1
	Variedades	43	47,8	47,8	78,9
	Políticas	1	1,1	1,1	80,0
	Deportivas	8	8,9	8,9	88,9
	De Actualidad	1	1,1	1,1	90,0
	Juveniles	8	8,9	8,9	98,9
	Corporativas	1	1,1	1,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

¿Posees Internet en tu casa?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	87	96,7	96,7	96,7
	No	3	3,3	3,3	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Diariamente	79	87,8	87,8	87,8
	De 2 a 4 días a la semana	10	11,1	11,1	98,9
	1 día a la semana	1	1,1	1,1	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

ANEXOS D

¿Visitas páginas Web informativas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	68	75,6	75,6	75,6
	No	22	24,4	24,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

¿Visitas páginas Web educativas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	59	65,6	65,6	65,6
	No	31	34,4	34,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

¿Visitas redes sociales?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	84	93,3	93,3	93,3
	No	6	6,7	6,7	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

¿Visitas páginas Web culturales?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	55	61,1	61,1	61,1
	No	35	38,9	38,9	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

ANEXOS D

¿Visitas páginas Web corporativas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	22	24,4	24,4	24,4
	No	68	75,6	75,6	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

¿Alguna vez has leído una revista digital?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	60	66,7	66,7	66,7
	No	30	33,3	33,3	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

¿Conoces la revista digital Tú en Línea?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	3	3,3	100,0	100,0
Missing	System	87	96,7		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital Tendencias 21?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,1	100,0	100,0
Missing	System	89	98,9		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital ProDavinci?

ANEXOS D

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,1	100,0	100,0
Missing	System	89	98,9		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital ZP Magazine?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,1	100,0	100,0
Missing	System	89	98,9		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital Distorsion?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,1	100,0	100,0
Missing	System	89	98,9		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital Bazar?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,1	100,0	100,0
Missing	System	89	98,9		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital Vouge?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,1	100,0	100,0

ANEXOS D

Missing	System	89	98,9		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital IFAB?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,1	100,0	100,0
Missing	System	89	98,9		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital CyZone?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,1	100,0	100,0
Missing	System	89	98,9		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,1	100,0	100,0
Missing	System	89	98,9		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital BBC?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,1	100,0	100,0
Missing	System	89	98,9		
	Total	90	100,0		

ANEXOS D

¿Conoces la revista digital Interamericana de Bibliotecología?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,1	100,0	100,0
Missing	System	89	98,9		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital Entre Rayas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	3	3,3	100,0	100,0
Missing	System	87	96,7		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital Metapolítica?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,1	100,0	100,0
Missing	System	89	98,9		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital Ecoinvest?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,1	100,0	100,0
Missing	System	89	98,9		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital Glamour?

ANEXOS D

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	2	2,2	100,0	100,0
Missing	System	88	97,8		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital PC World?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,1	100,0	100,0
Missing	System	89	98,9		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital PC Magazine?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	2	2,2	100,0	100,0
Missing	System	88	97,8		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital Exceso?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,1	100,0	100,0
Missing	System	89	98,9		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital Mecánica Popular?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,1	100,0	100,0

ANEXOS D

Missing	System	89	98,9		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital Sport Life?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,1	100,0	100,0
Missing	System	89	98,9		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital Hola?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,1	100,0	100,0
Missing	System	89	98,9		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital Geociencias?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,1	100,0	100,0
Missing	System	89	98,9		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital Estampas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,1	100,0	100,0
Missing	System	89	98,9		
	Total	90	100,0		

ANEXOS D

¿Conoces la revista digital Psicología on Line?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	3	3,3	100,0	100,0
Missing	System	87	96,7		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital Psicología Científica?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	2	2,2	100,0	100,0
Missing	System	88	97,8		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital El Salmón?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,1	100,0	100,0
Missing	System	89	98,9		
	Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital Orbis?

		Frequency	Percent
Missing	System	90	100,0

¿Conoces la revista digital Negotium?

		Frequency	Percent
Missing	System	90	100,0

ANEXOS D

¿Conoces la revista digital Guayoyo en Letras?

	Frequency	Percent
Missing System	90	100,0

¿Conoces la revista digital Factum?

	Frequency	Percent
Missing System	90	100,0

¿Conoces la revista digital Vanity Fair?

	Frequency	Percent
Missing System	90	100,0

¿Conoces la revista digital Photomagazine?

	Frequency	Percent
Missing System	90	100,0

¿Conoces la revista digital Muheve?

	Frequency	Percent
Missing System	90	100,0

¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?

	Frequency	Percent
Missing System	90	100,0

¿Conoces la revista digital Pijama Surf?

ANEXOS D

	Frequency	Percent
Missing System	90	100,0

¿Conoces la revista digital Letralia?

	Frequency	Percent
Missing System	90	100,0

¿Conoces la revista digital Dialnet?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	1	1,1	100,0	100,0
Missing System	89	98,9		
Total	90	100,0		

¿Conoces la revista digital Plátano Verde?

	Frequency	Percent
Missing System	90	100,0

¿Conoces la revista digital Comunicación?

	Frequency	Percent
Missing System	90	100,0

¿Conoces la revista digital The Daily?

	Frequency	Percent
Missing System	90	100,0

¿Conoces la revista digital Economist?

ANEXOS D

	Frequency	Percent
Missing System	90	100,0

¿Conoces la revista digital Time?

	Frequency	Percent
Missing System	90	100,0

¿Conoces la revista digital Razor Monkey?

	Frequency	Percent
Missing System	90	100,0

¿Conoces la revista digital Vida Extrema?

	Frequency	Percent
Missing System	90	100,0

¿Conoces la revista digital Rolling.Stone

Magazine?

	Frequency	Percent
Missing System	90	100,0

¿Conoces la revista digital Marca?

	Frequency	Percent
Missing System	90	100,0

¿Conoces la revista digital 7.Capas?

	Frequency	Percent
Missing System	90	100,0

ANEXOS D

¿Conoces la revista digital Urbe Bikini?

		Frequency	Percent
Missing	System	90	100,0

¿Conoces la revista digital La Doce?

		Frequency	Percent
Missing	System	90	100,0

¿Conoces la revista digital Acceso Directv?

		Frequency	Percent
Missing	System	90	100,0

¿Conoces la revista digital Prisma?

		Frequency	Percent
Missing	System	90	100,0

¿Conoces la revista digital BussinesWeek?

		Frequency	Percent
Missing	System	90	100,0

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	1	1,1	1,3	1,3
	Sí	42	46,7	53,2	54,4
	No	36	40,0	45,6	100,0

ANEXOS D

	Total	79	87,8	100,0
Missing	System	11	12,2	
	Total	90	100,0	

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	39	43,3	49,4	49,4
	No	40	44,4	50,6	100,0
	Total	79	87,8	100,0	
Missing	System	11	12,2		
	Total	90	100,0		

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	1	1,1	1,3	1,3
	Sí	5	5,6	6,3	7,6
	No	73	81,1	92,4	100,0
	Total	79	87,8	100,0	
Missing	System	11	12,2		
	Total	90	100,0		

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,1	1,2	1,2
	No	85	94,4	98,8	100,0
	Total	86	95,6	100,0	
Missing	System	4	4,4		
	Total	90	100,0		

ANEXOS D

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	50	55,6	57,5	57,5
	No	37	41,1	42,5	100,0
	Total	87	96,7	100,0	
Missing	System	3	3,3		
	Total	90	100,0		

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	50	55,6	58,1	58,1
	No	36	40,0	41,9	100,0
	Total	86	95,6	100,0	
Missing	System	4	4,4		
	Total	90	100,0		

¿Conoces el término Underground?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	51	56,7	56,7	56,7
	No	39	43,3	43,3	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

¿Te identificas con este estilo?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	26	28,9	28,9	28,9

ANEXOS D

No	64	71,1	71,1	100,0
Total	90	100,0	100,0	

¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	58	64,4	64,4	64,4
No	32	35,6	35,6	100,0
Total	90	100,0	100,0	

¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	42	46,7	46,7	46,7
No	48	53,3	53,3	100,0
Total	90	100,0	100,0	

¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	41	45,6	45,6	45,6
No	49	54,4	54,4	100,0
Total	90	100,0	100,0	

¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	15	16,7	16,7	16,7
No	75	83,3	83,3	100,0
Total	90	100,0	100,0	

ANEXOS D

¿No has asistido a ninguno?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	23	25,6	25,6	25,6
	No	67	74,4	74,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

¿Leerías una revista digital de corte underground?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	77	85,6	85,6	85,6
	No	13	14,4	14,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	71	78,9	92,2	92,2
	No	6	6,7	7,8	100,0
	Total	77	85,6	100,0	
Missing	System	13	14,4		
	Total	90	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	66	73,3	85,7	85,7
	No	11	12,2	14,3	100,0

ANEXOS D

	Total	77	85,6	100,0
Missing	System	13	14,4	
	Total	90	100,0	

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	1	1,1	1,3	1,3
	Sí	52	57,8	67,5	68,8
	No	24	26,7	31,2	100,0
	Total	77	85,6	100,0	
Missing	System	13	14,4		
	Total	90	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	61	67,8	79,2	79,2
	No	16	17,8	20,8	100,0
	Total	77	85,6	100,0	
Missing	System	13	14,4		
	Total	90	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	43	47,8	55,8	55,8
	No	34	37,8	44,2	100,0
	Total	77	85,6	100,0	

ANEXOS D

Missing	System	13	14,4		
	Total	90	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	41	45,6	53,2	53,2
	No	36	40,0	46,8	100,0
	Total	77	85,6	100,0	
Missing	System	13	14,4		
	Total	90	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	66	73,3	85,7	85,7
	No	11	12,2	14,3	100,0
	Total	77	85,6	100,0	
Missing	System	13	14,4		
	Total	90	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	72	80,0	93,5	93,5
	No	5	5,6	6,5	100,0
	Total	77	85,6	100,0	
Missing	System	13	14,4		
	Total	90	100,0		

ANEXOS D

¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

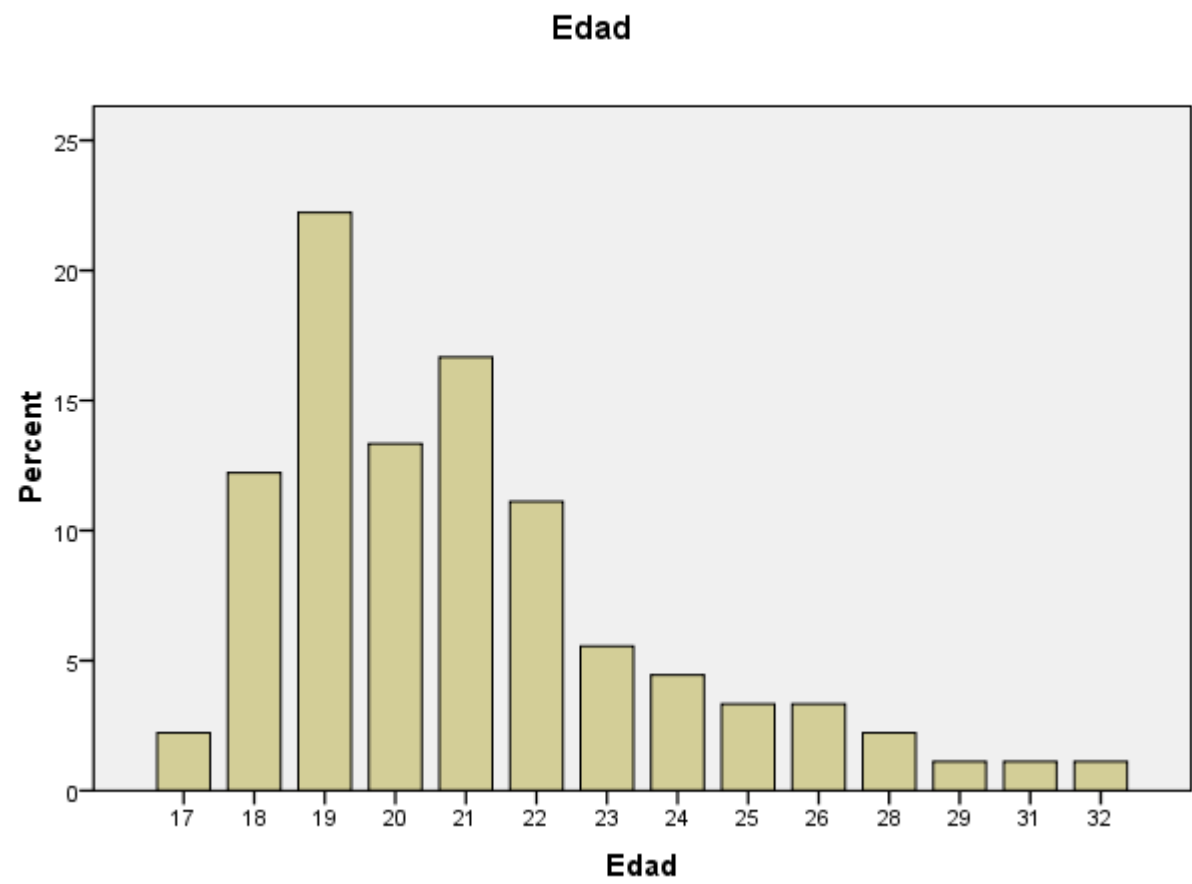
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Semanal	21	23,3	27,3	27,3
	Quincenal	27	30,0	35,1	62,3
	Mensual	28	31,1	36,4	98,7
	Bimestral	1	1,1	1,3	100,0
	Total	77	85,6	100,0	
Missing	System	13	14,4		
	Total	90	100,0		

¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

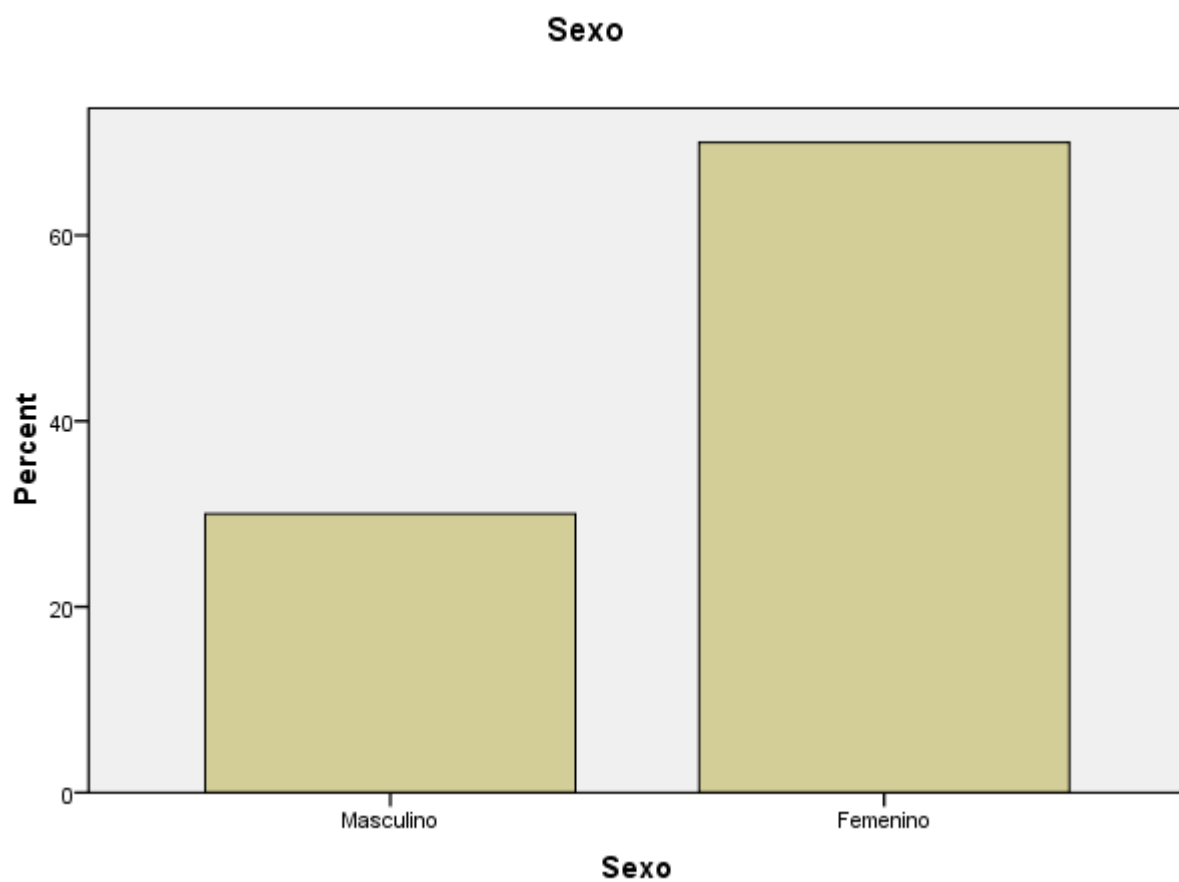
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	66	73,3	85,7	85,7
	No	11	12,2	14,3	100,0
	Total	77	85,6	100,0	
Missing	System	13	14,4		
	Total	90	100,0		

Bar Chart

ANEXOS D

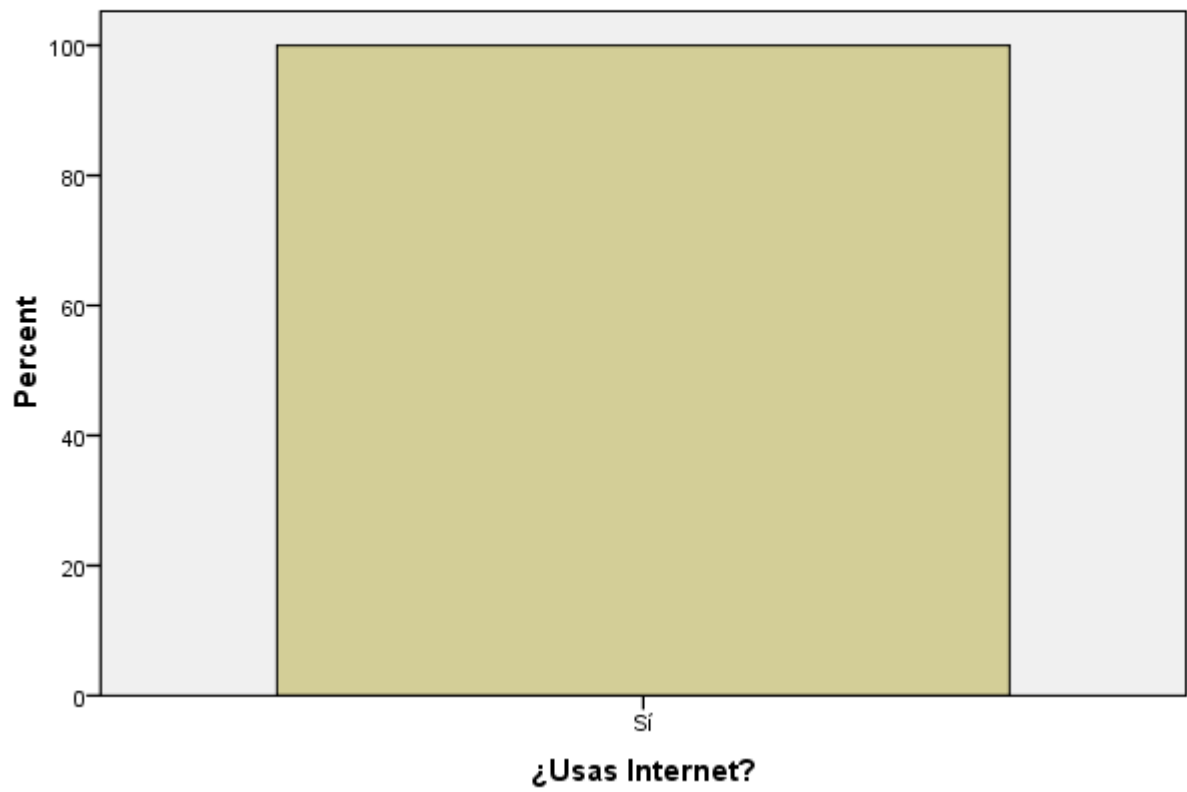


ANEXOS D



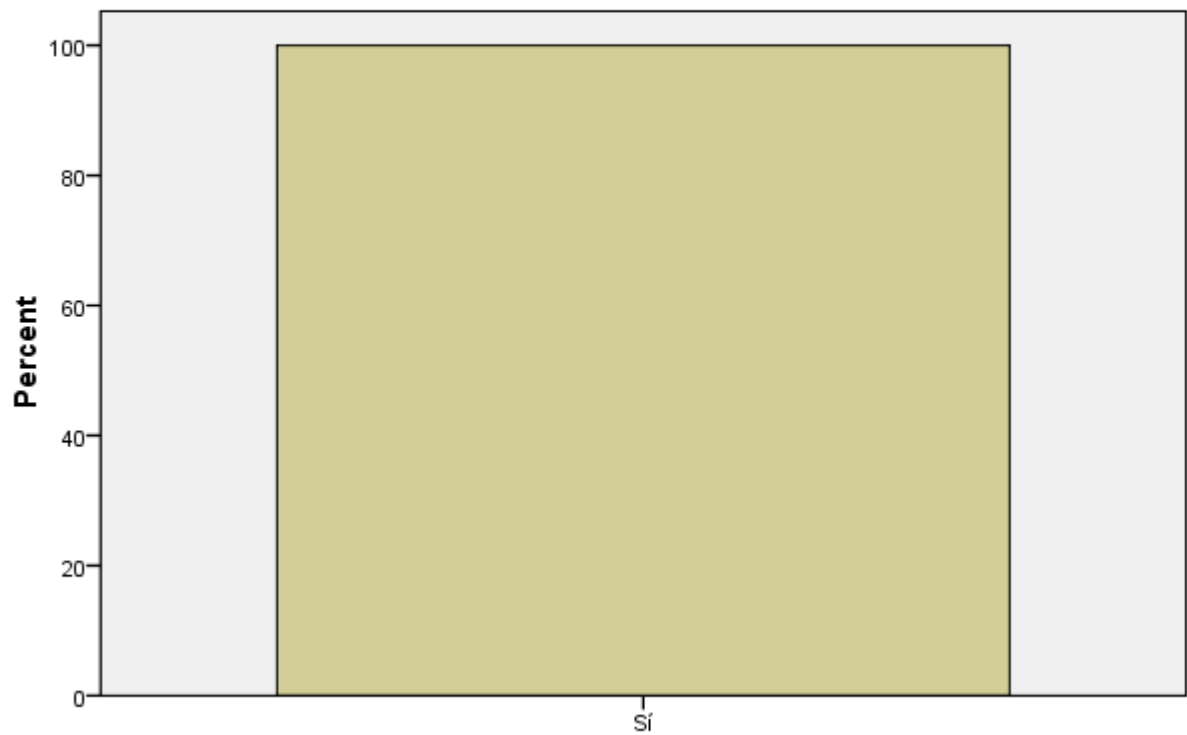
ANEXOS D

¿Usas Internet?



ANEXOS D

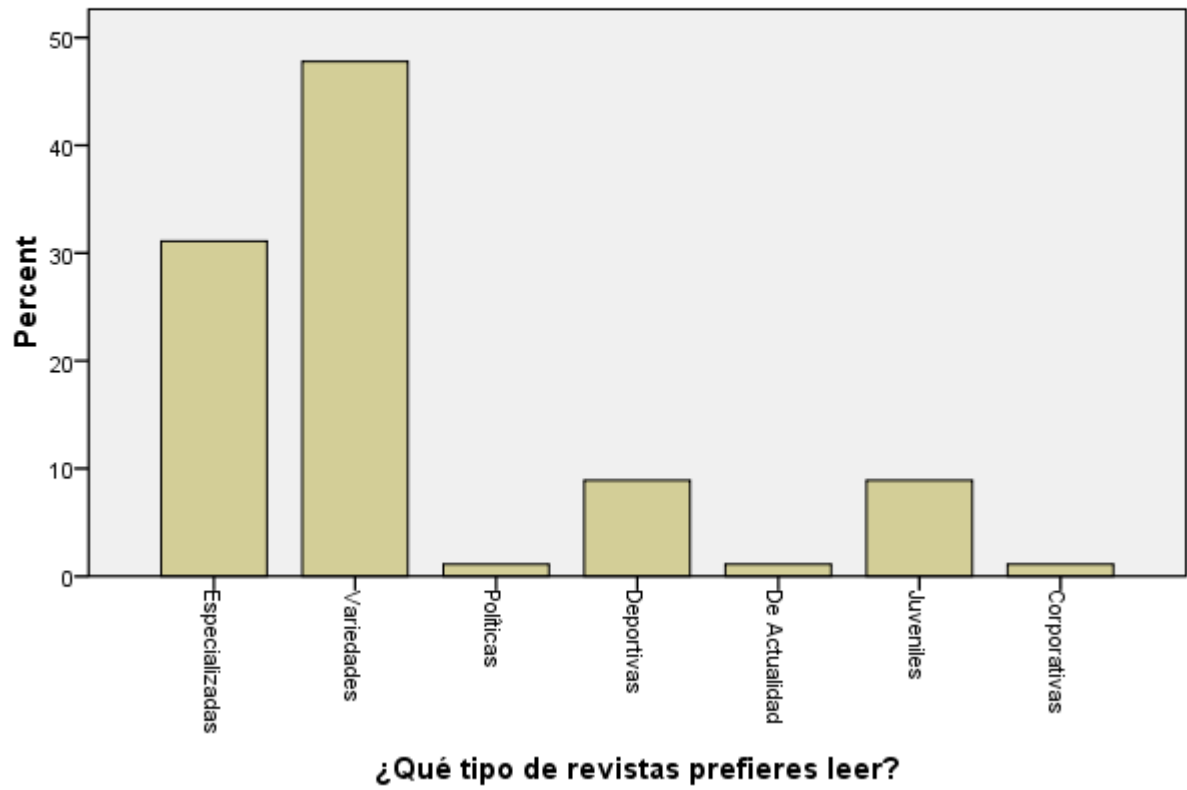
¿Lees revistas?



¿Lees revistas?

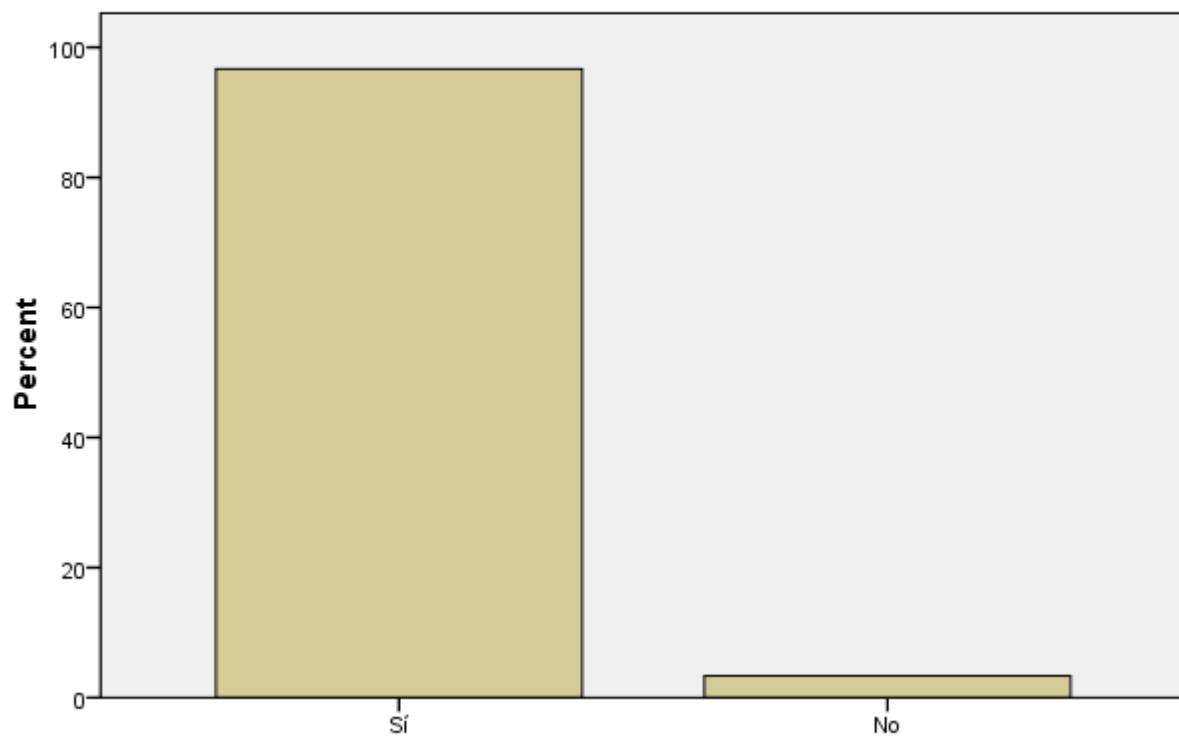
ANEXOS D

¿Qué tipo de revistas prefieres leer?



ANEXOS D

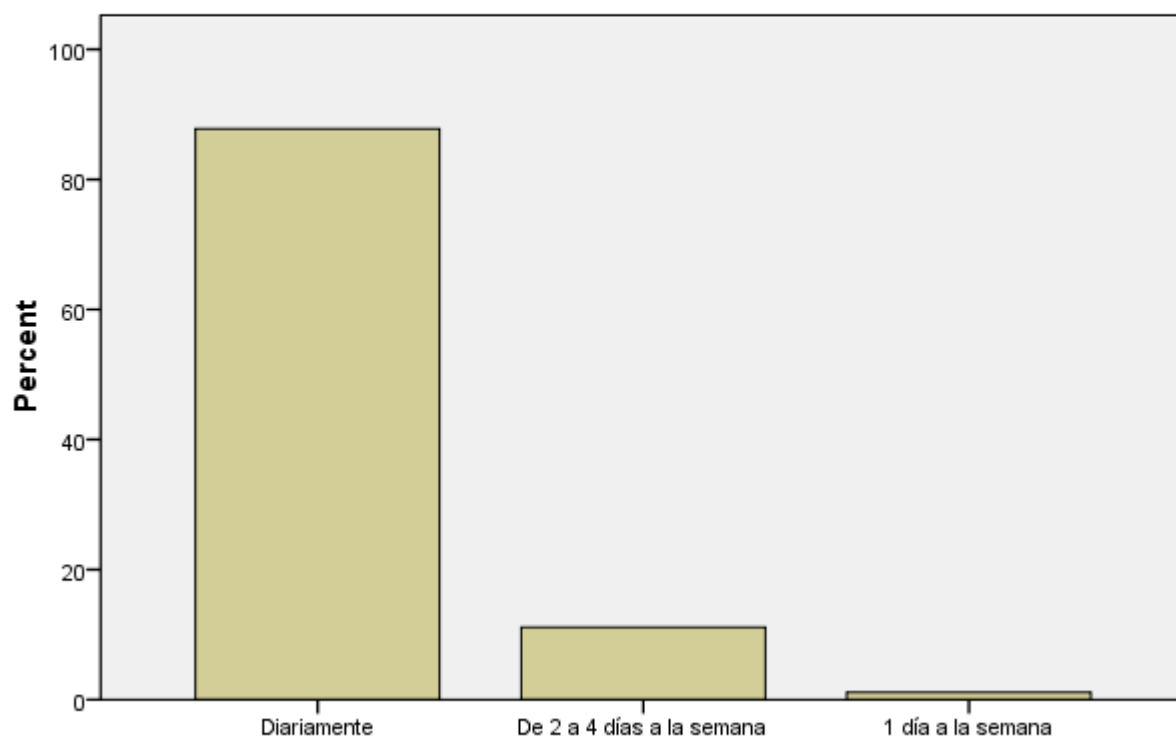
¿Posees Internet en tu casa?



¿Posees Internet en tu casa?

ANEXOS D

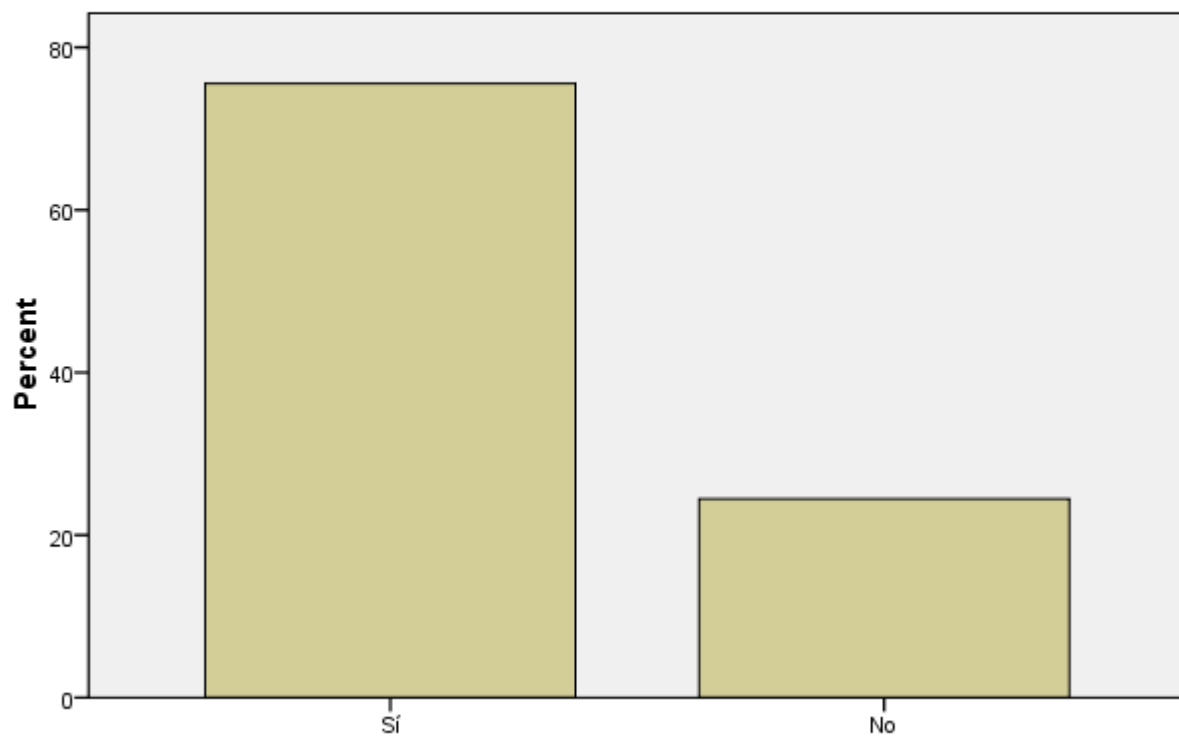
¿Con qué frecuencia utilizas Internet?



¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

ANEXOS D

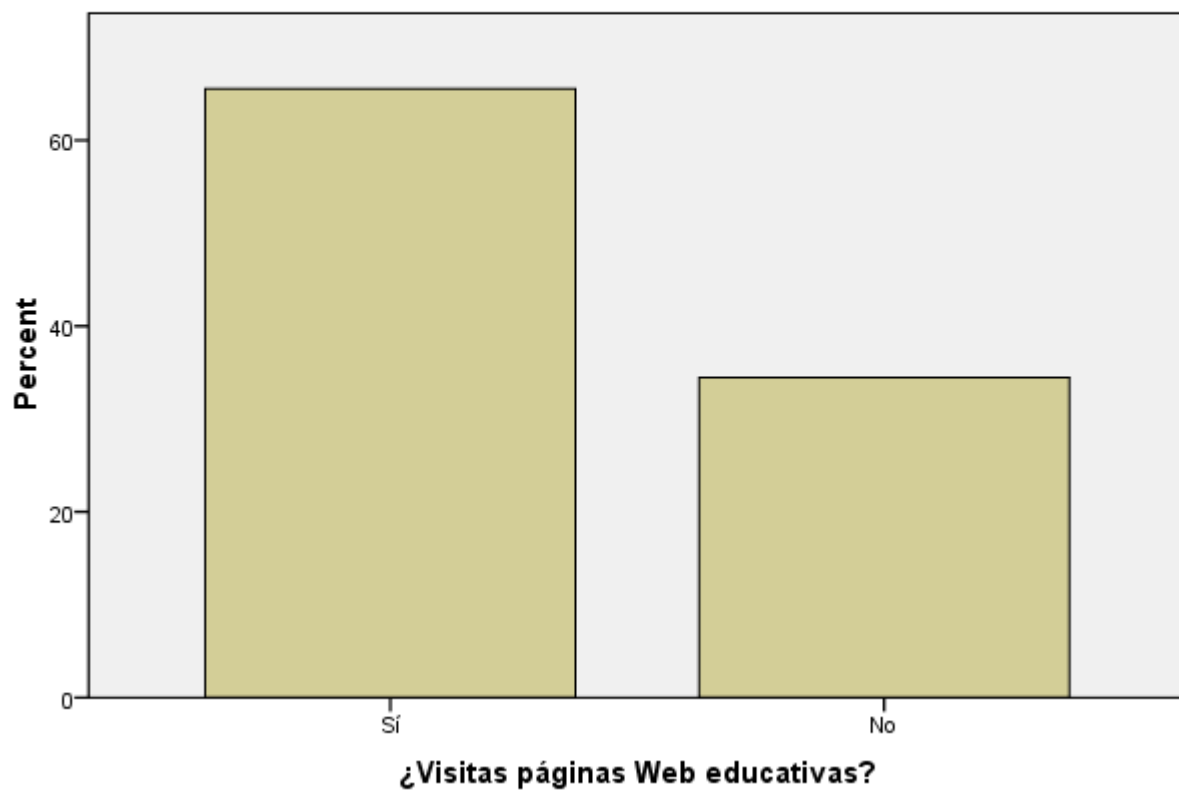
¿Visitas páginas Web informativas?



¿Visitas páginas Web informativas?

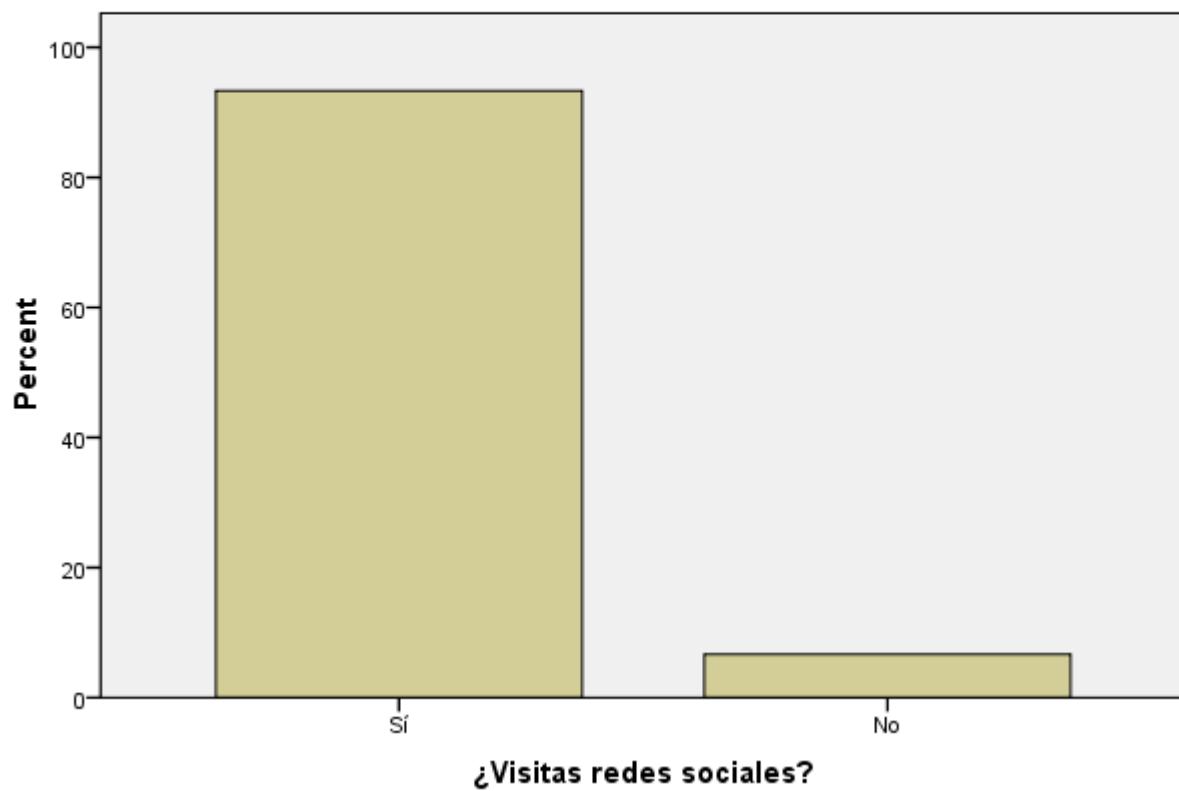
ANEXOS D

¿Visitas páginas Web educativas?



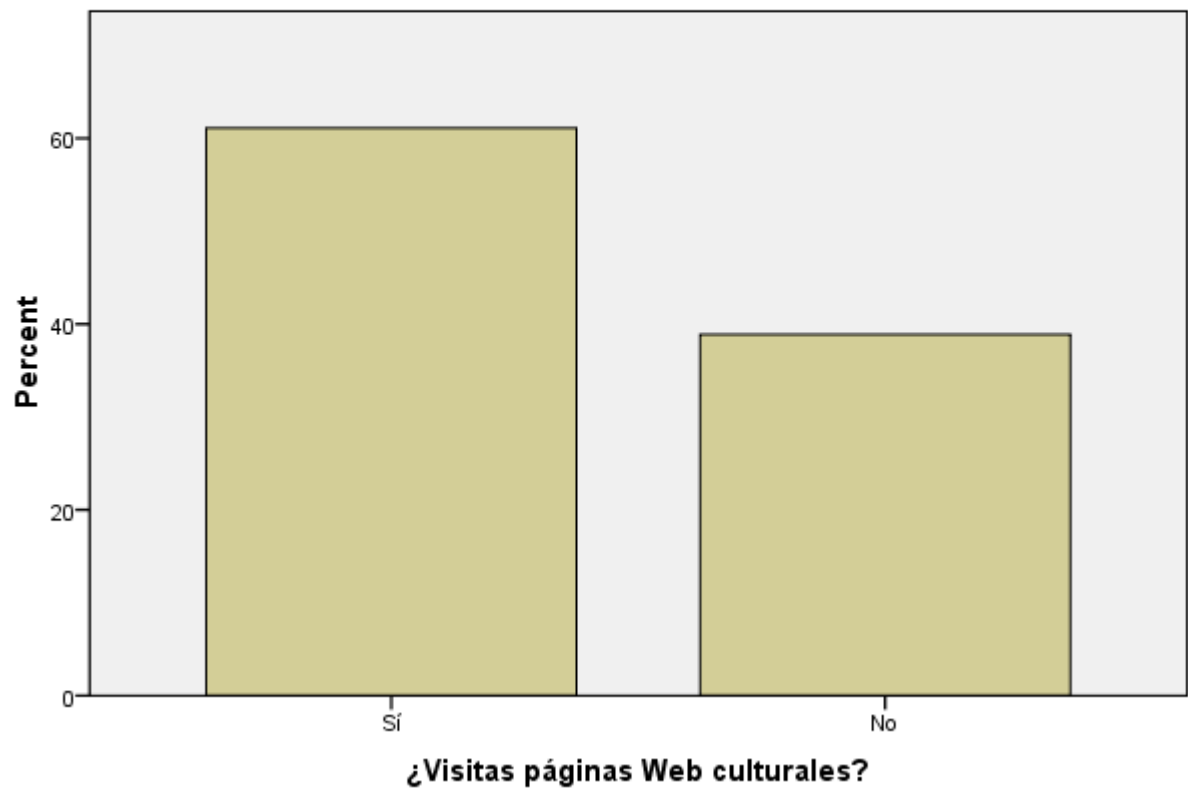
ANEXOS D

¿Visitas redes sociales?



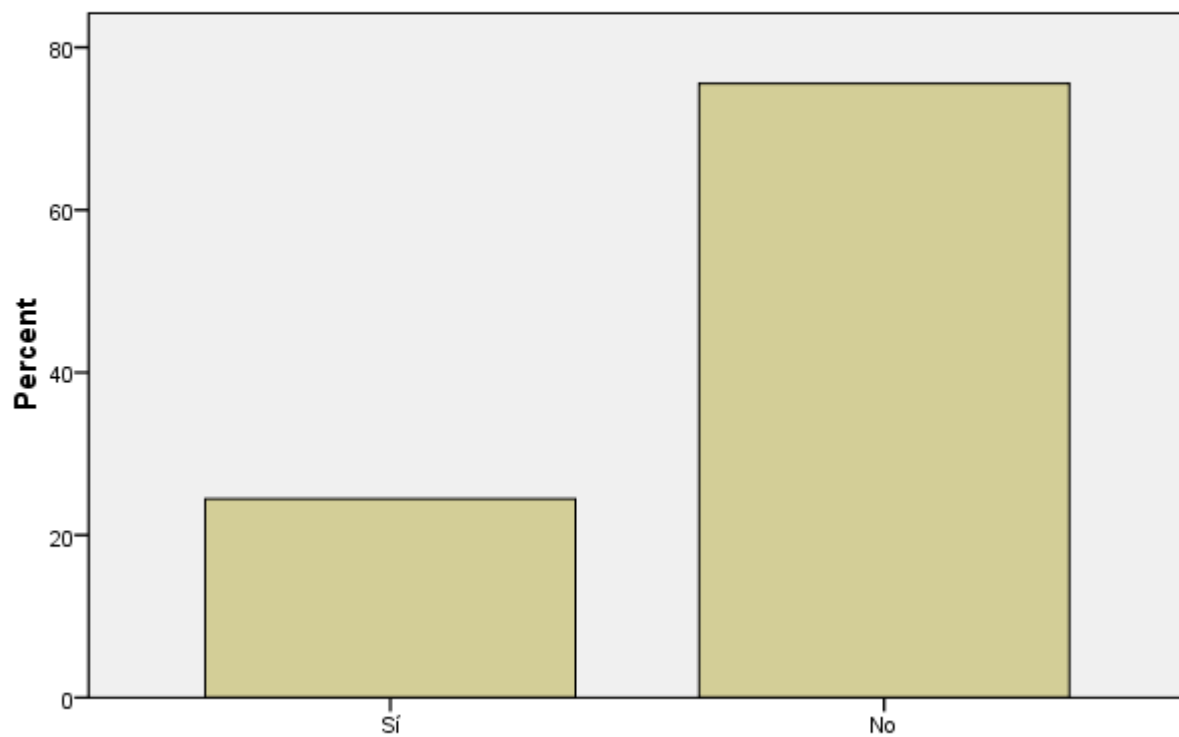
ANEXOS D

¿Visitas páginas Web culturales?



ANEXOS D

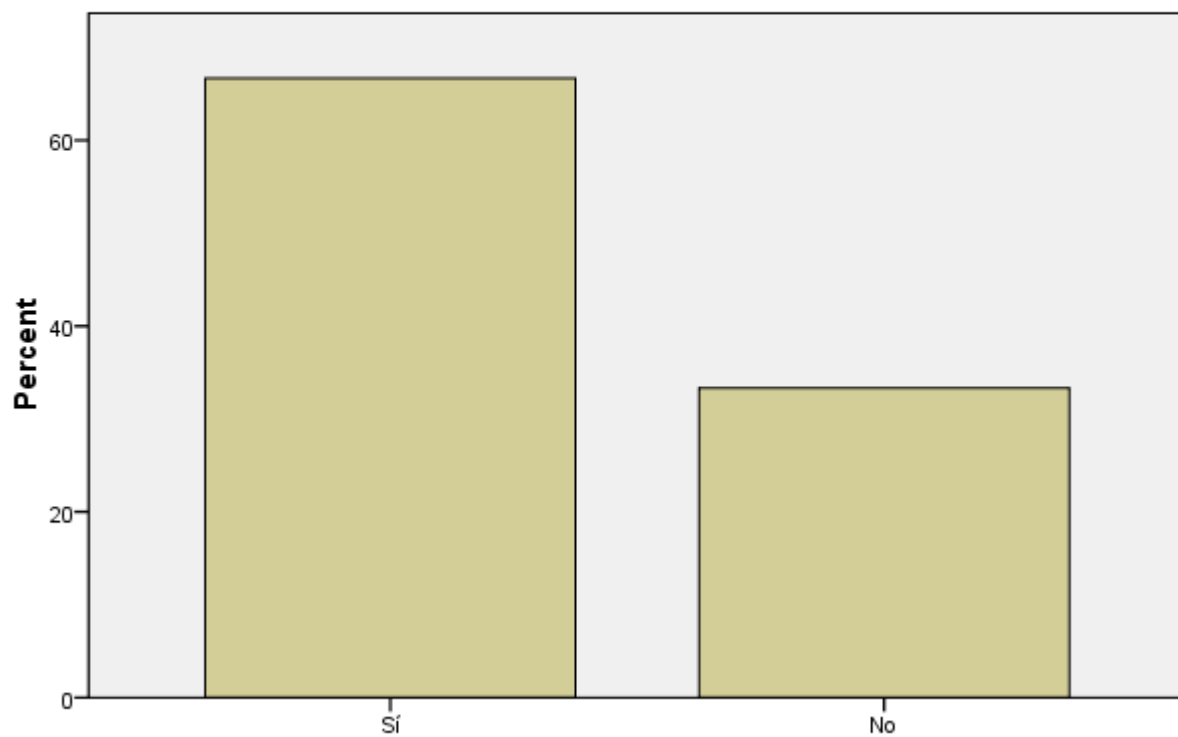
¿Visitas páginas Web corporativas?



¿Visitas páginas Web corporativas?

ANEXOS D

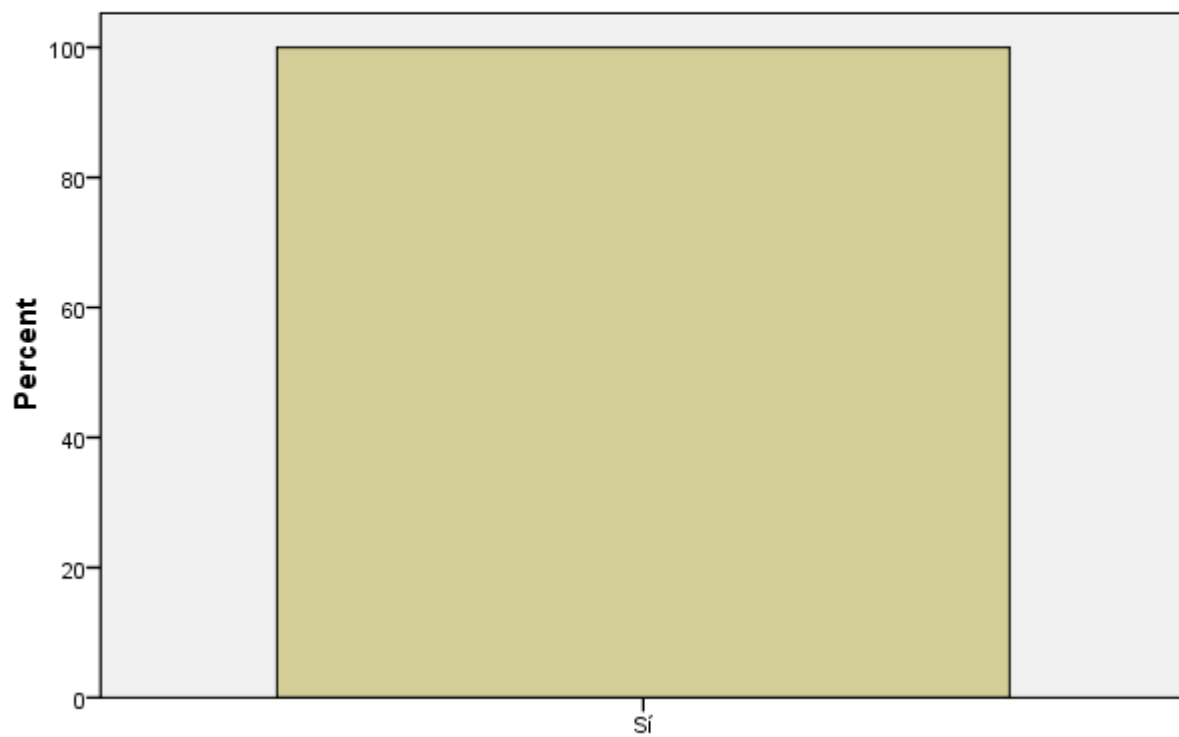
¿Alguna vez has leído una revista digital?



¿Alguna vez has leído una revista digital?

ANEXOS D

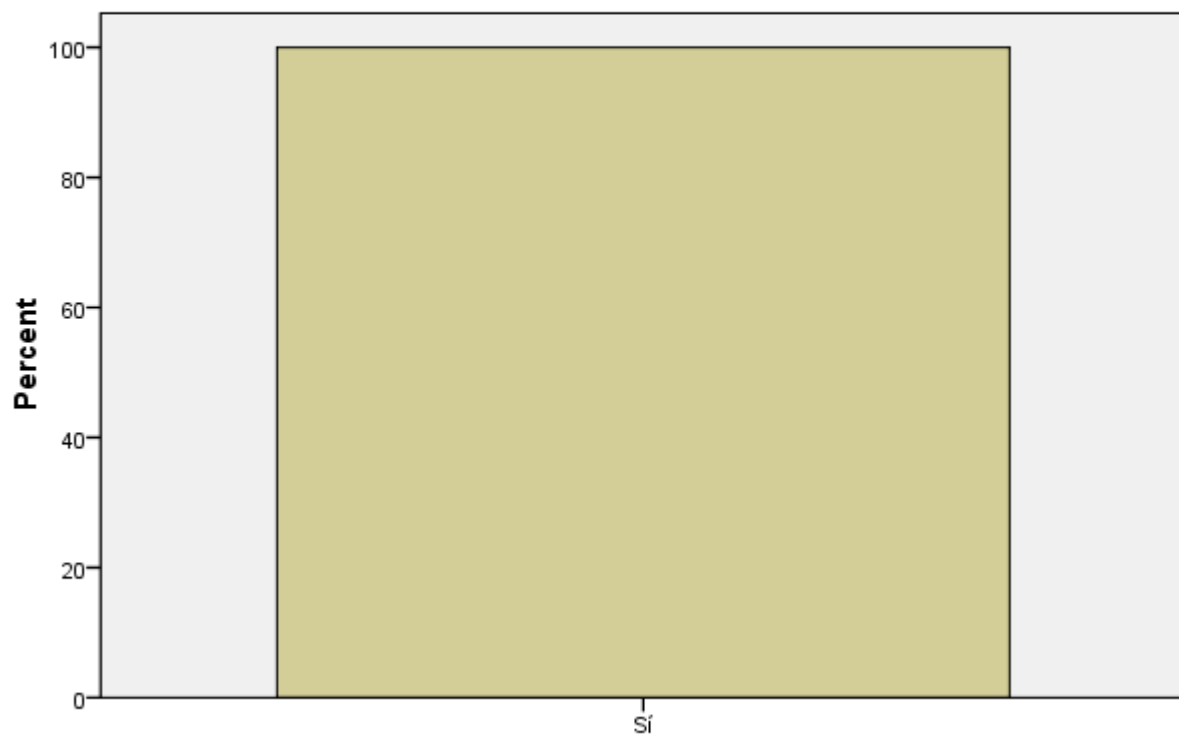
¿Conoces la revista digital Tú en Línea?



¿Conoces la revista digital Tú en Línea?

ANEXOS D

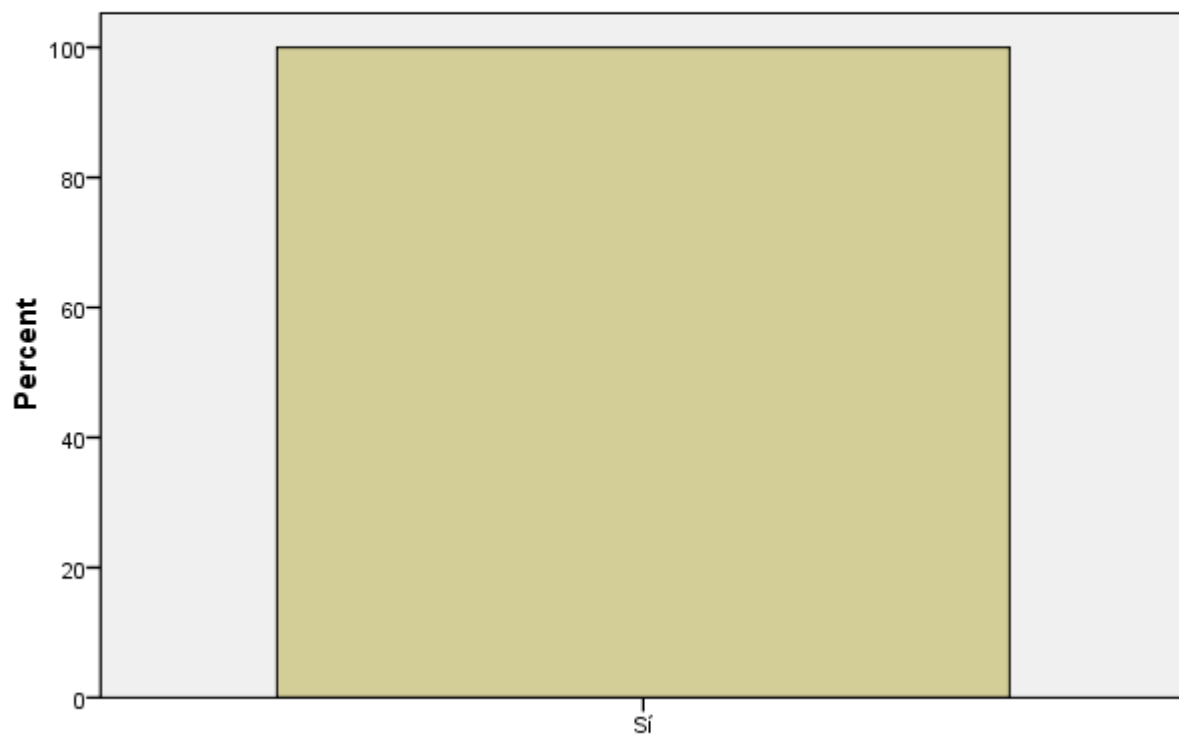
¿Conoces la revista digital Tendencias 21?



¿Conoces la revista digital Tendencias 21?

ANEXOS D

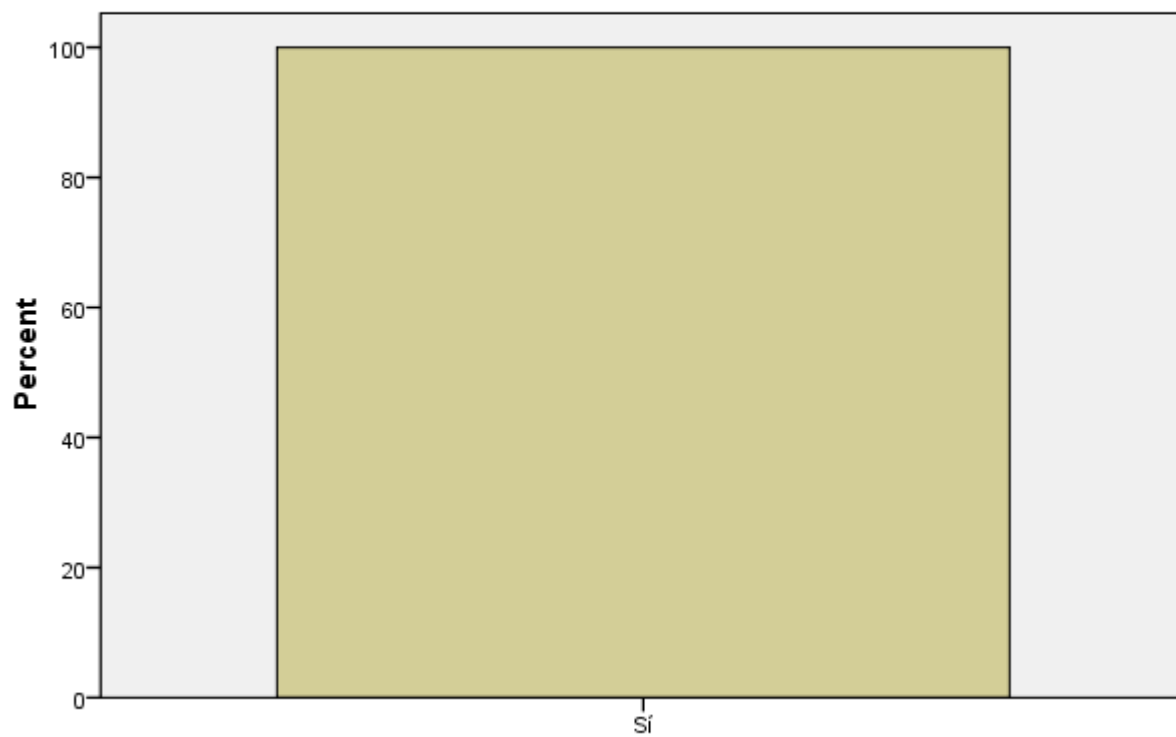
¿Conoces la revista digital ProDavinci?



¿Conoces la revista digital ProDavinci?

ANEXOS D

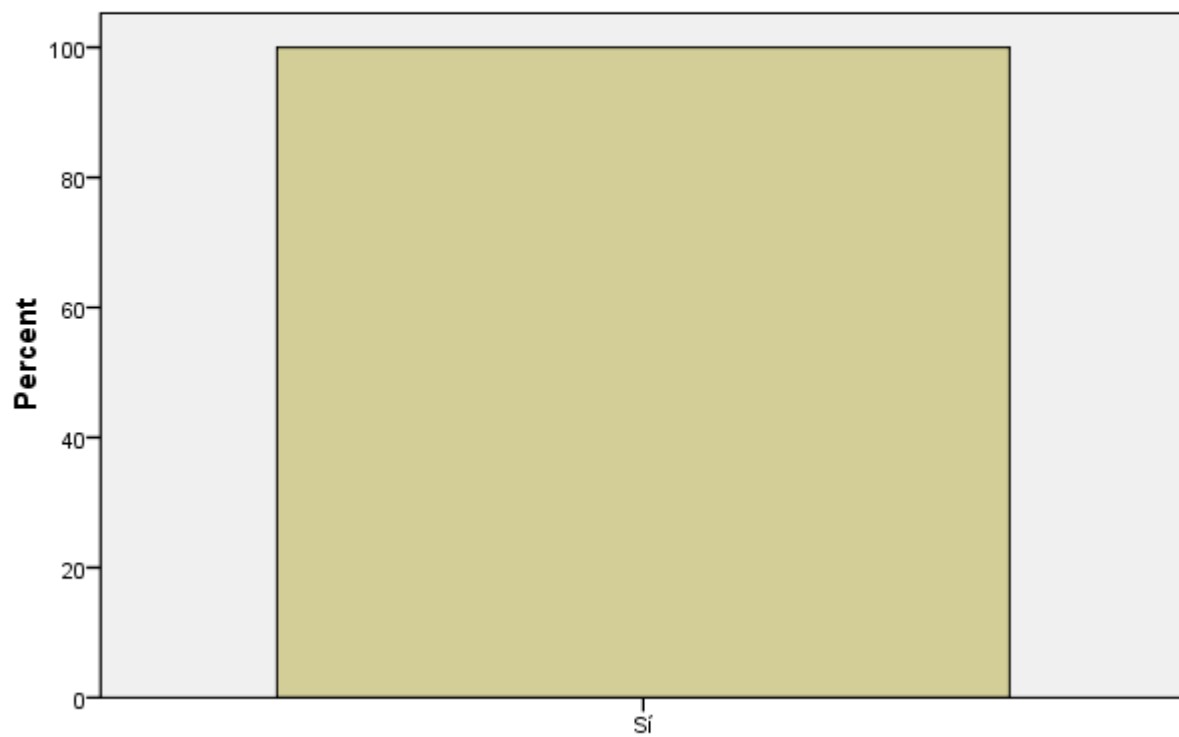
¿Conoces la revista digital ZP Magazine?



¿Conoces la revista digital ZP Magazine?

ANEXOS D

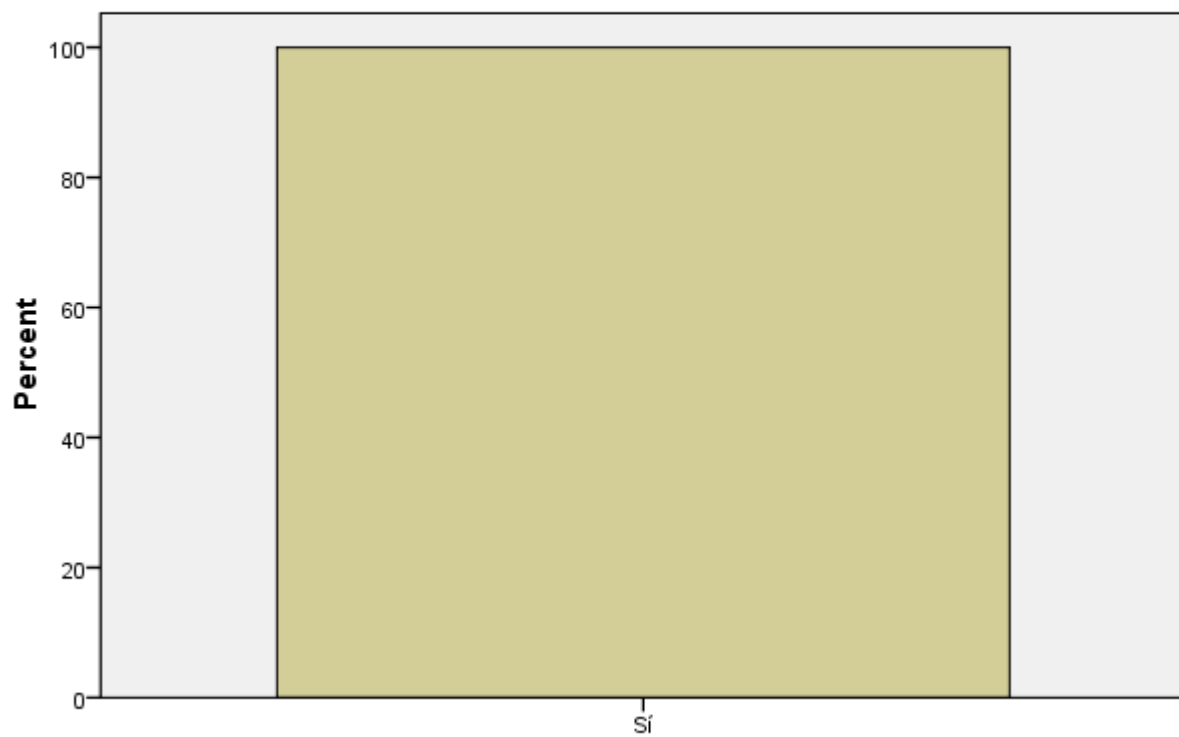
¿Conoces la revista digital Distorsion?



¿Conoces la revista digital Distorsion?

ANEXOS D

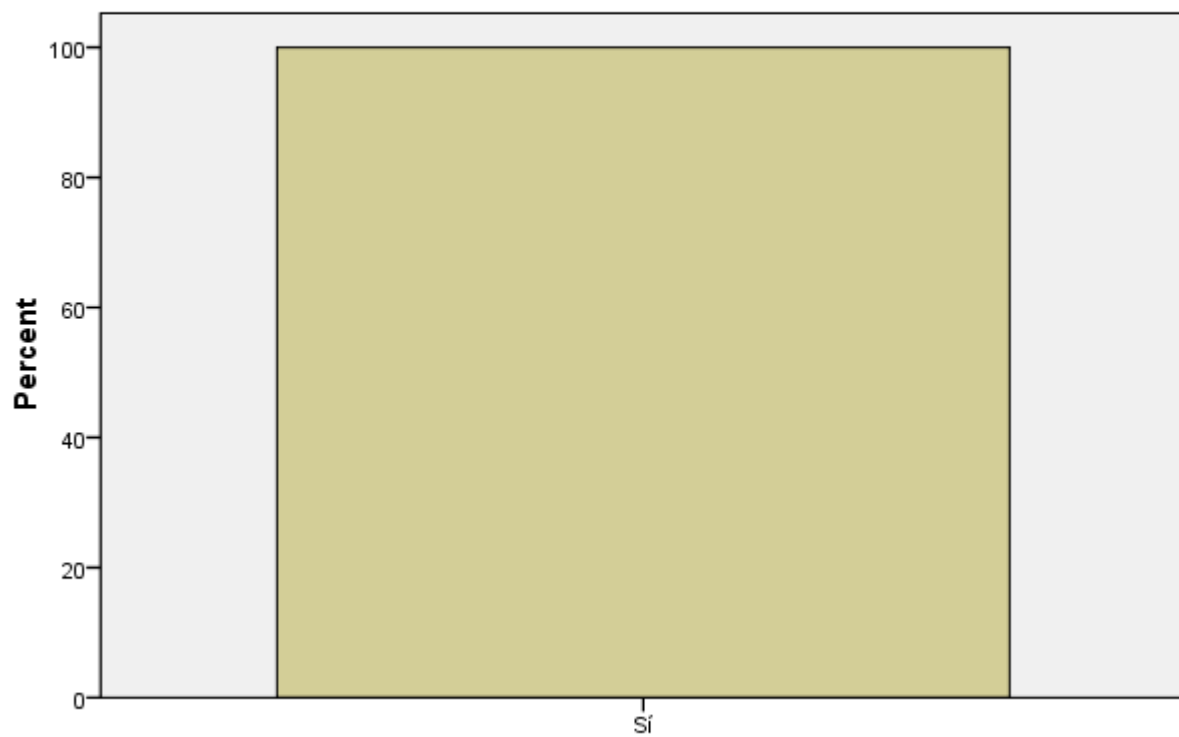
¿Conoces la revista digital Bazar?



¿Conoces la revista digital Bazar?

ANEXOS D

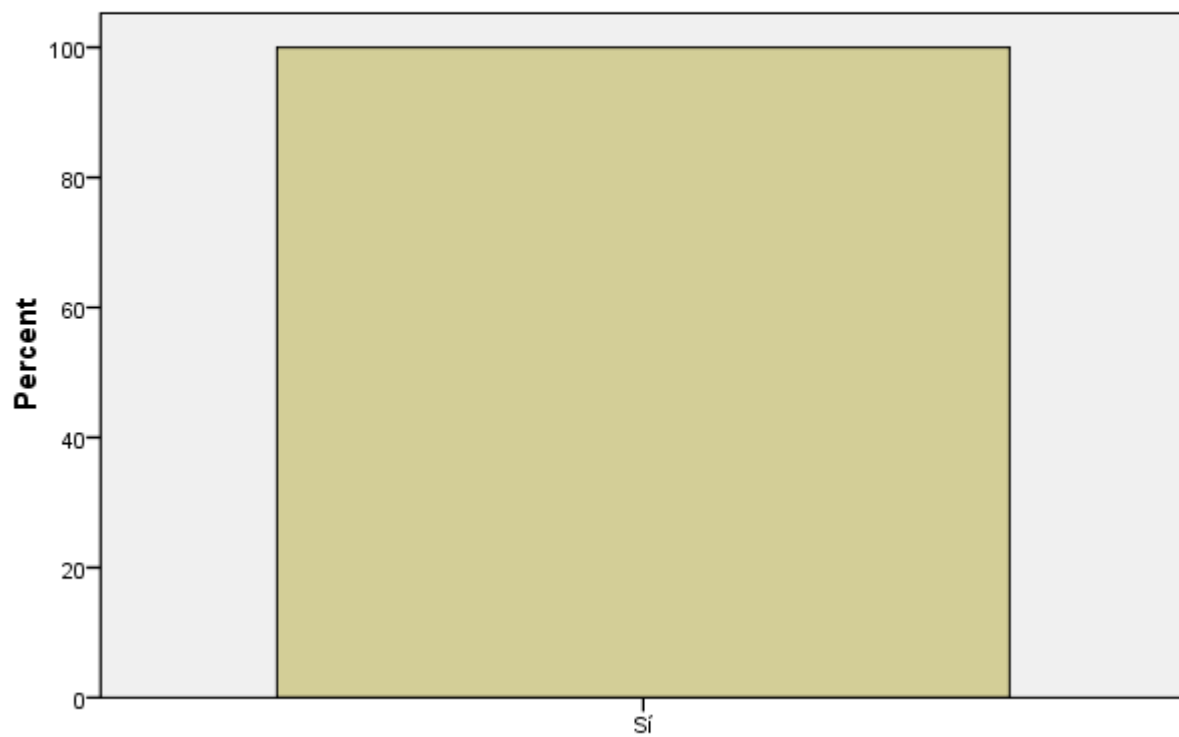
¿Conoces la revista digital Vouge?



¿Conoces la revista digital Vouge?

ANEXOS D

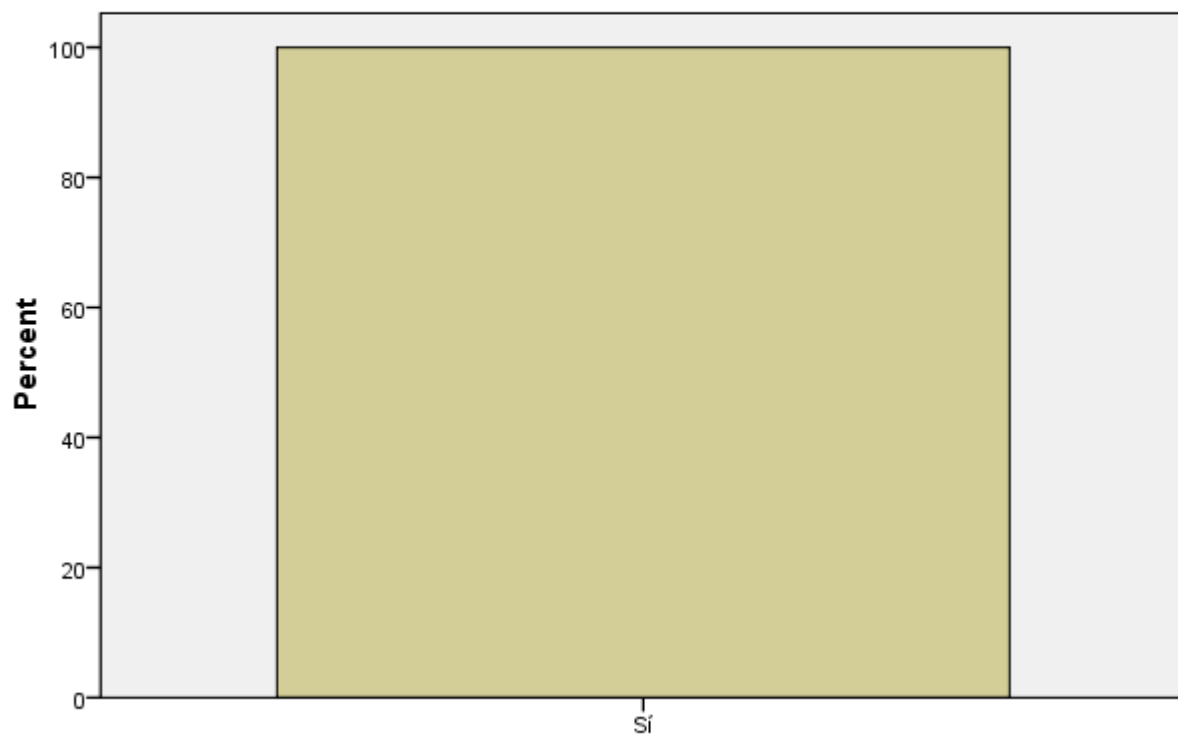
¿Conoces la revista digital IFAB?



¿Conoces la revista digital IFAB?

ANEXOS D

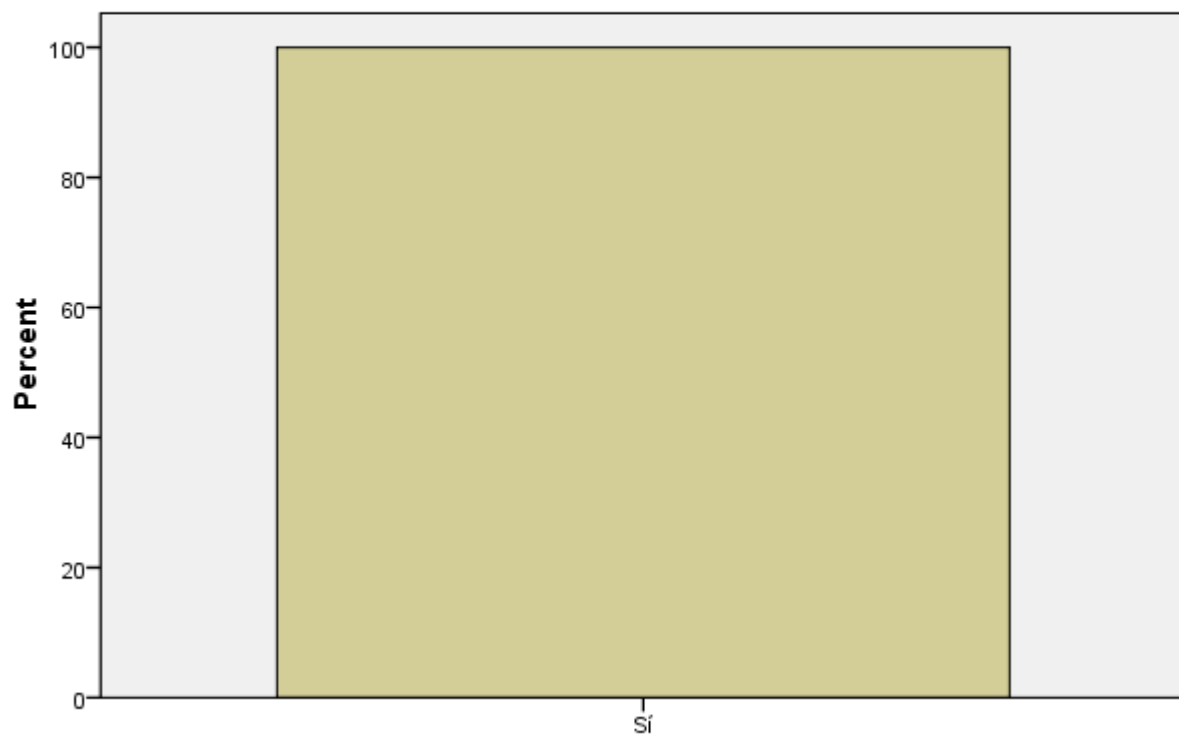
¿Conoces la revista digital CyZone?



¿Conoces la revista digital CyZone?

ANEXOS D

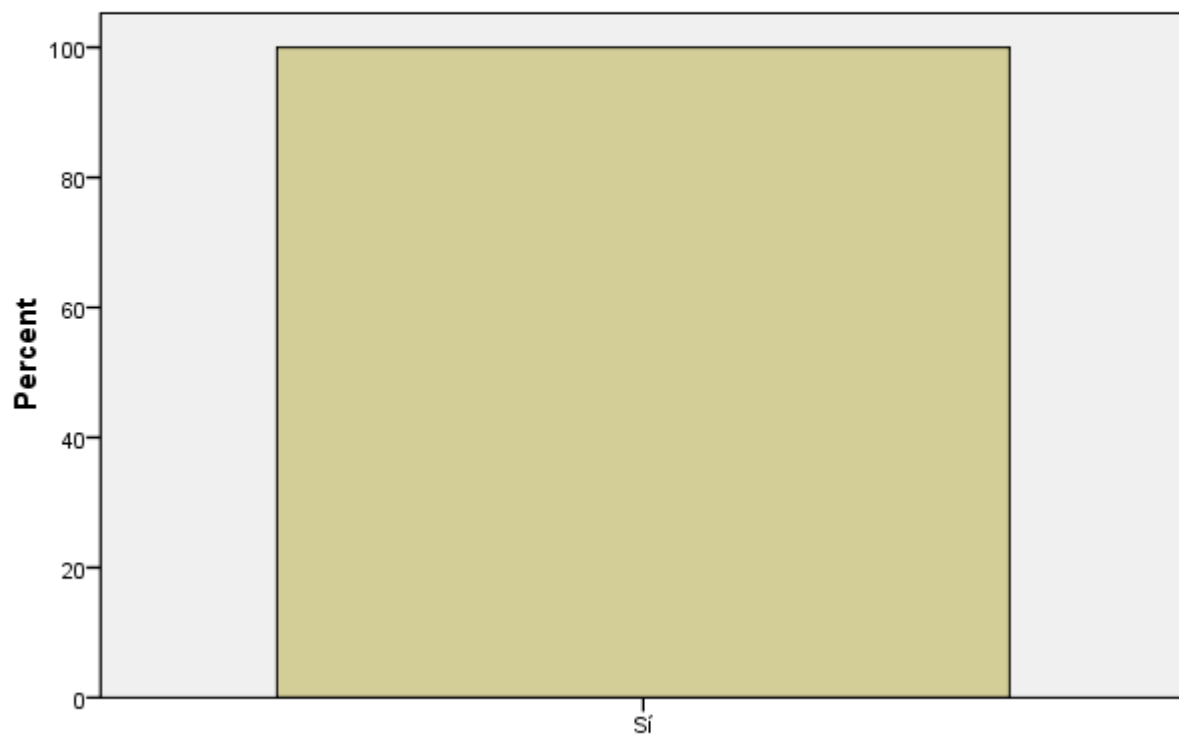
¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?



¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?

ANEXOS D

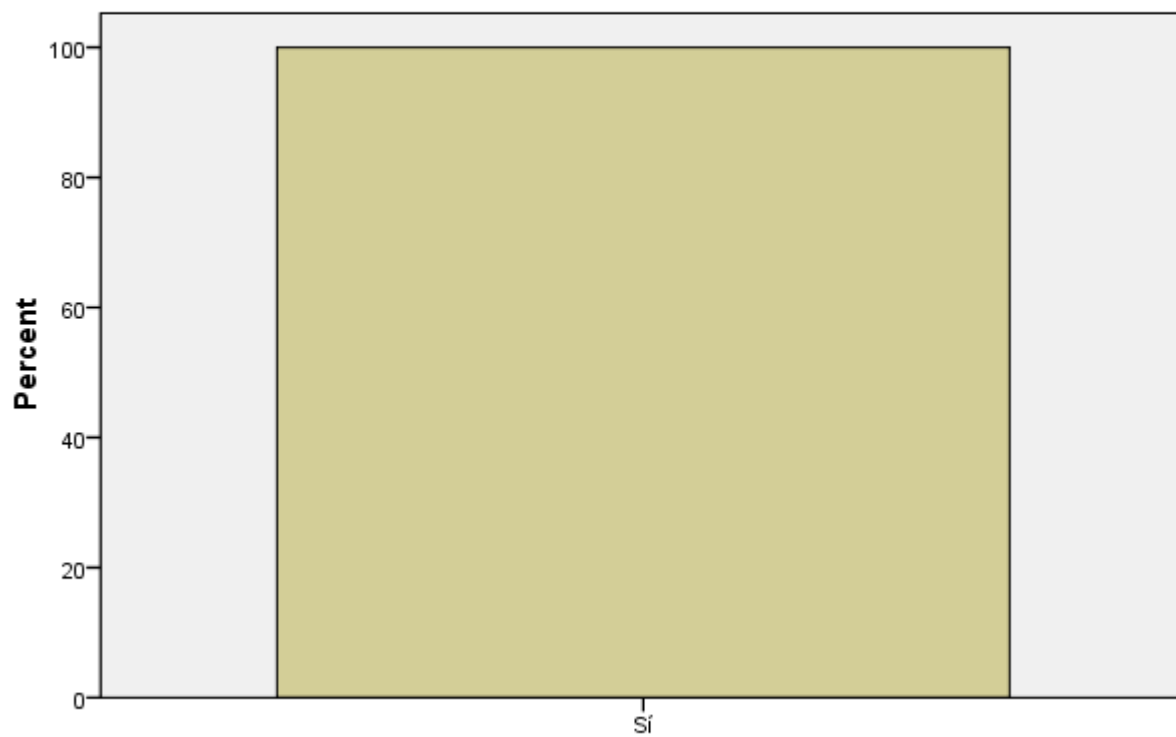
¿Conoces la revista digital BBC?



¿Conoces la revista digital BBC?

ANEXOS D

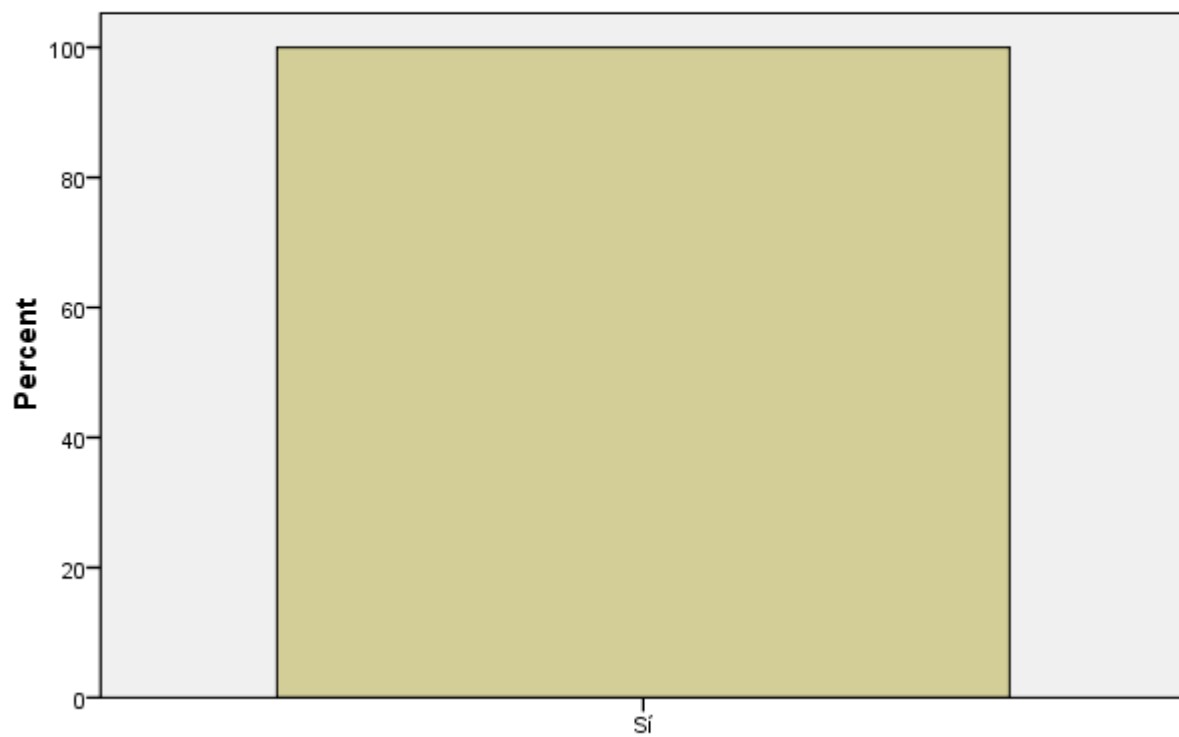
¿Conoces la revista digital Interamericana de Bibliotecología?



¿Conoces la revista digital Interamericana de Bibliotecología?

ANEXOS D

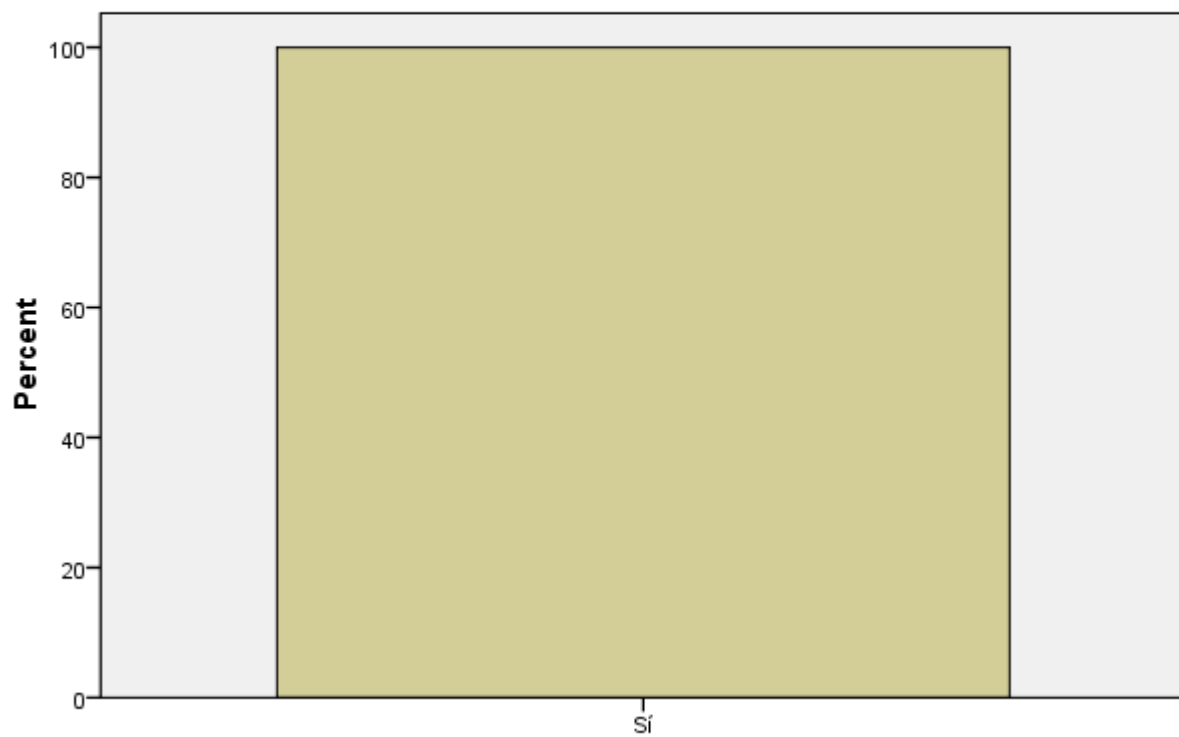
¿Conoces la revista digital Entre Rayas?



¿Conoces la revista digital Entre Rayas?

ANEXOS D

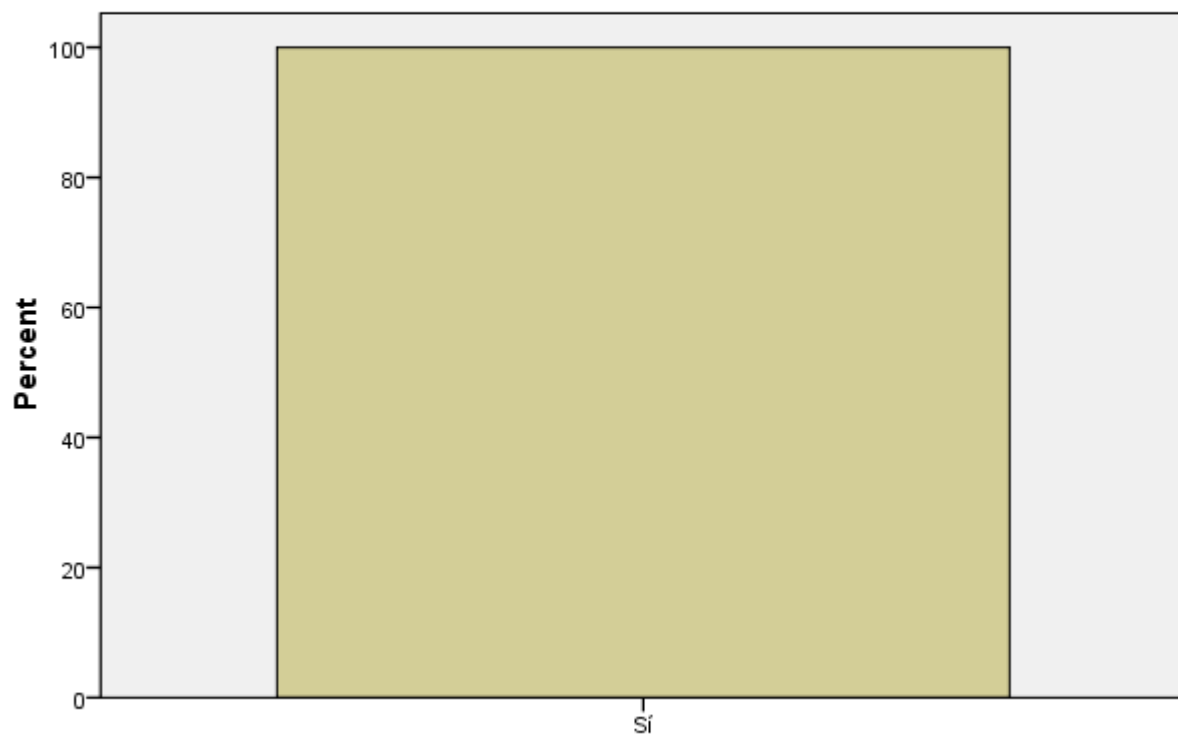
¿Conoces la revista digital Metapolítica?



¿Conoces la revista digital Metapolítica?

ANEXOS D

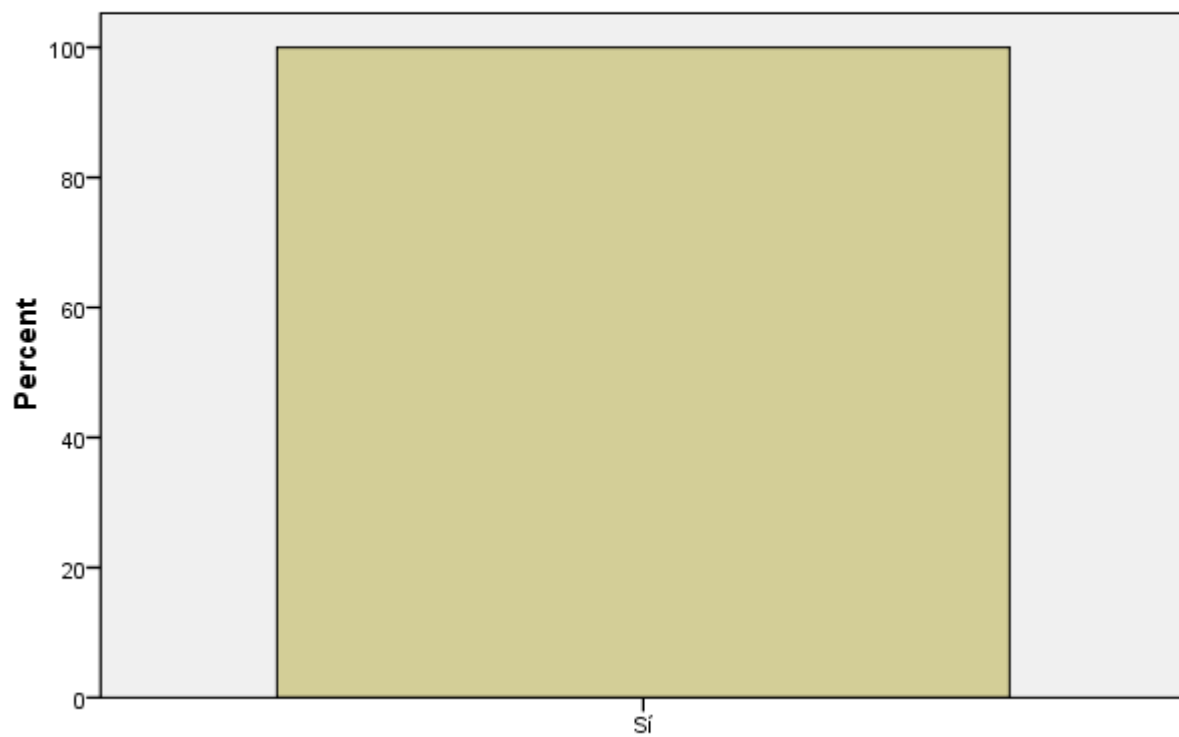
¿Conoces la revista digital Ecoinvest?



¿Conoces la revista digital Ecoinvest?

ANEXOS D

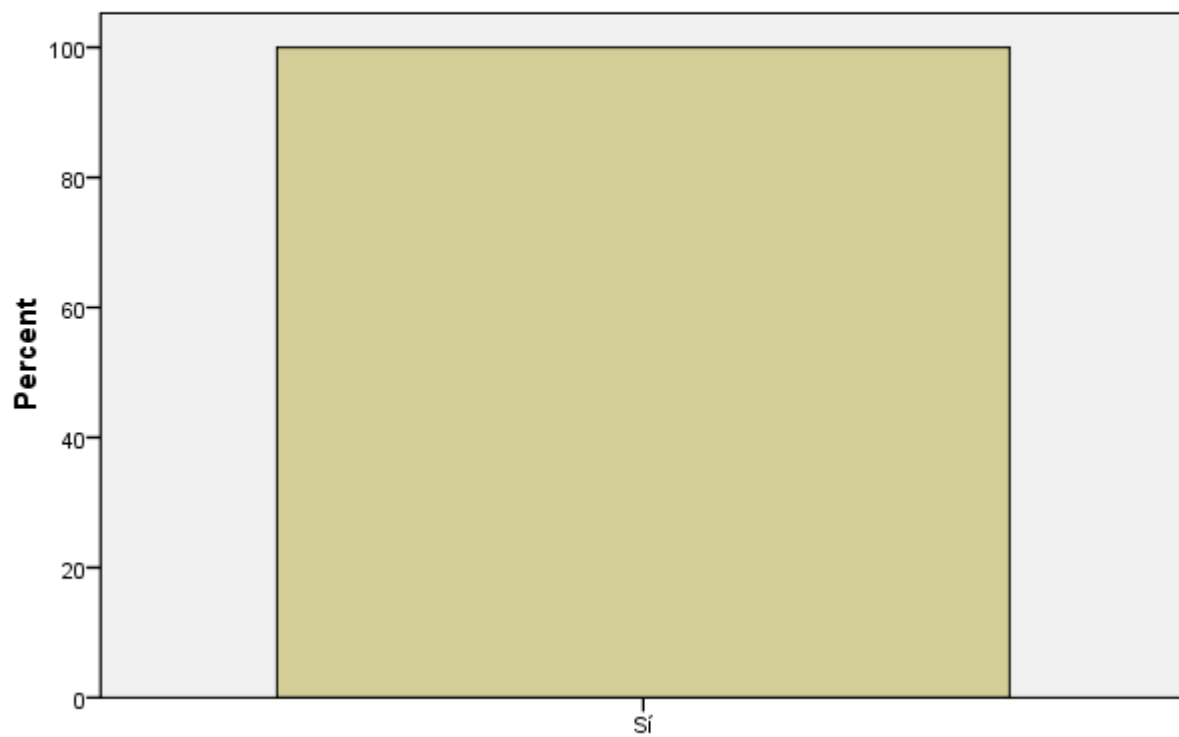
¿Conoces la revista digital Glamour?



¿Conoces la revista digital Glamour?

ANEXOS D

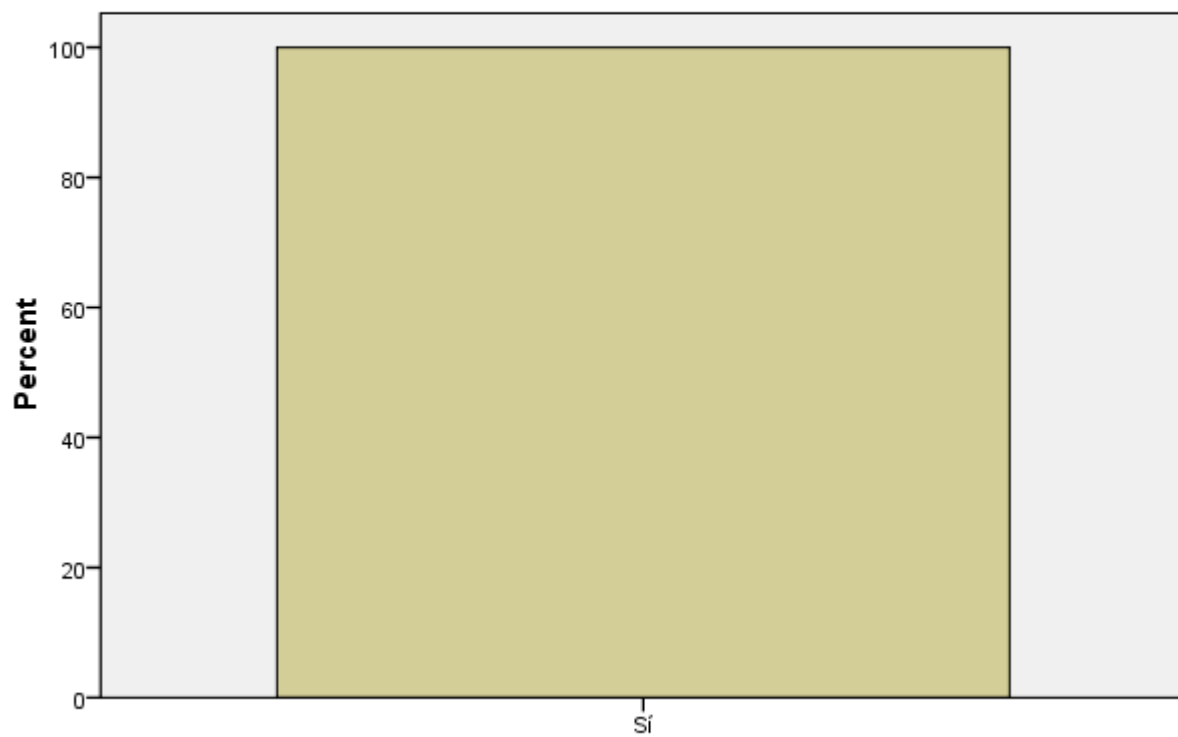
¿Conoces la revista digital PC World?



¿Conoces la revista digital PC World?

ANEXOS D

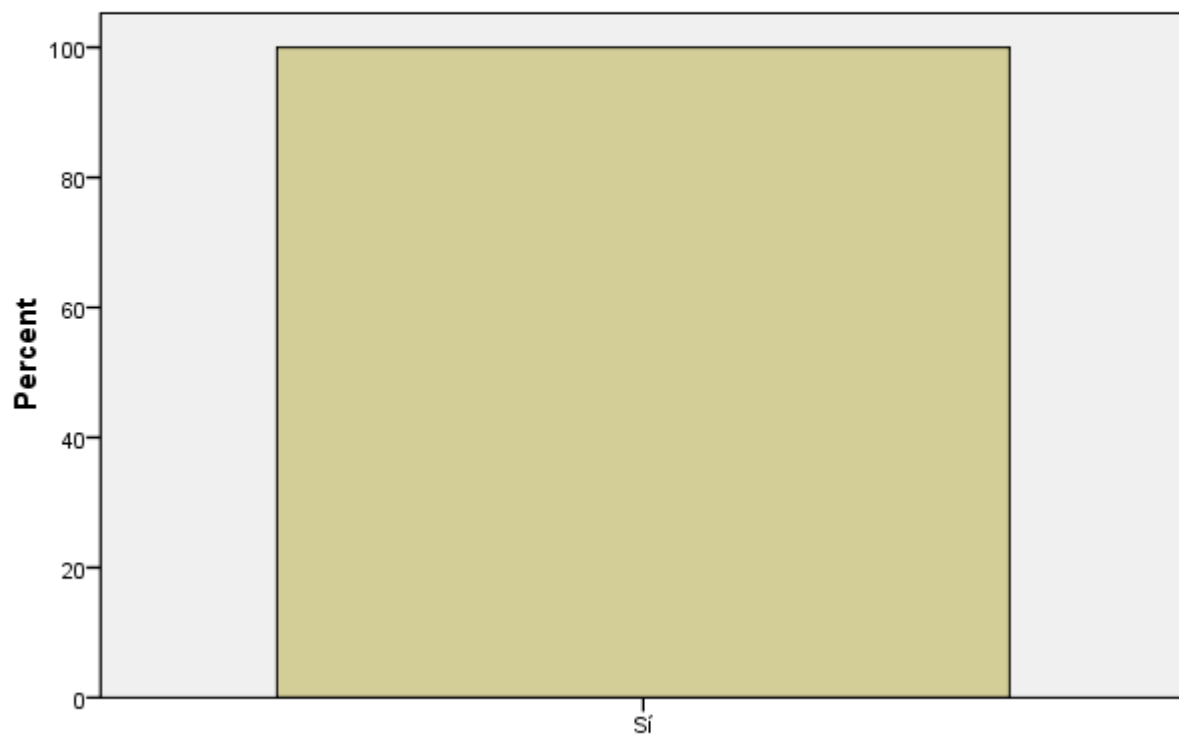
¿Conoces la revista digital PC Magazine?



¿Conoces la revista digital PC Magazine?

ANEXOS D

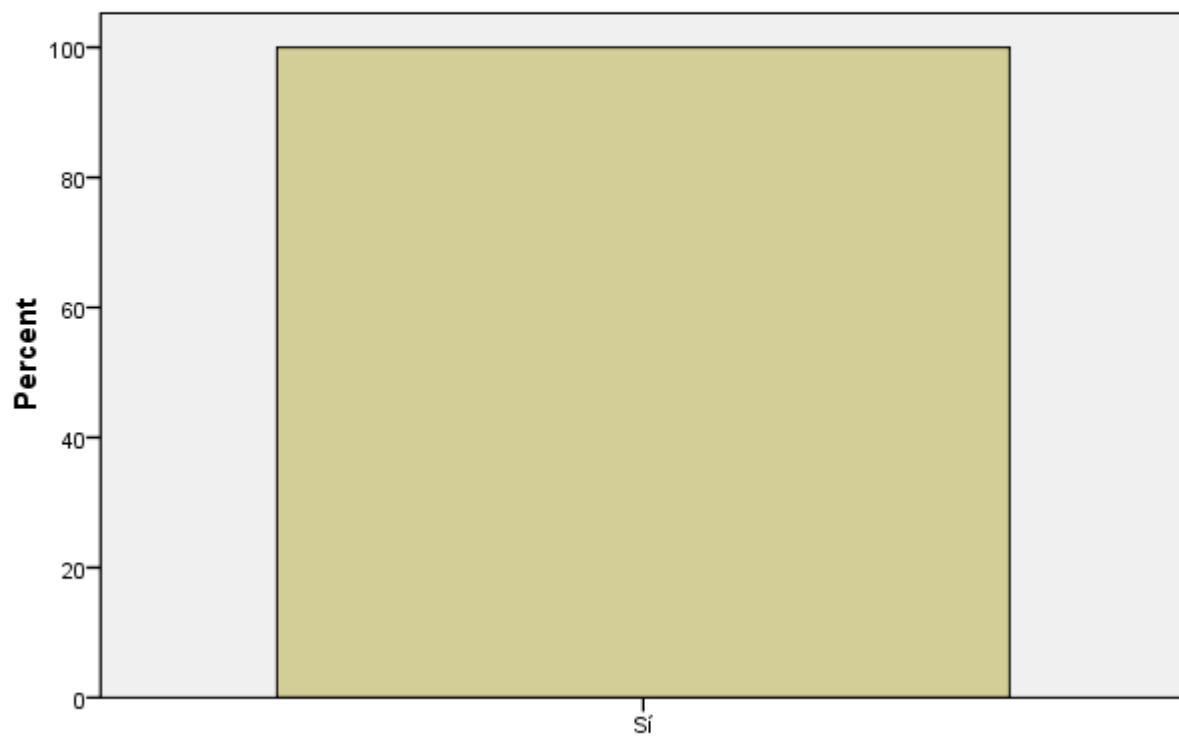
¿Conoces la revista digital Exceso?



¿Conoces la revista digital Exceso?

ANEXOS D

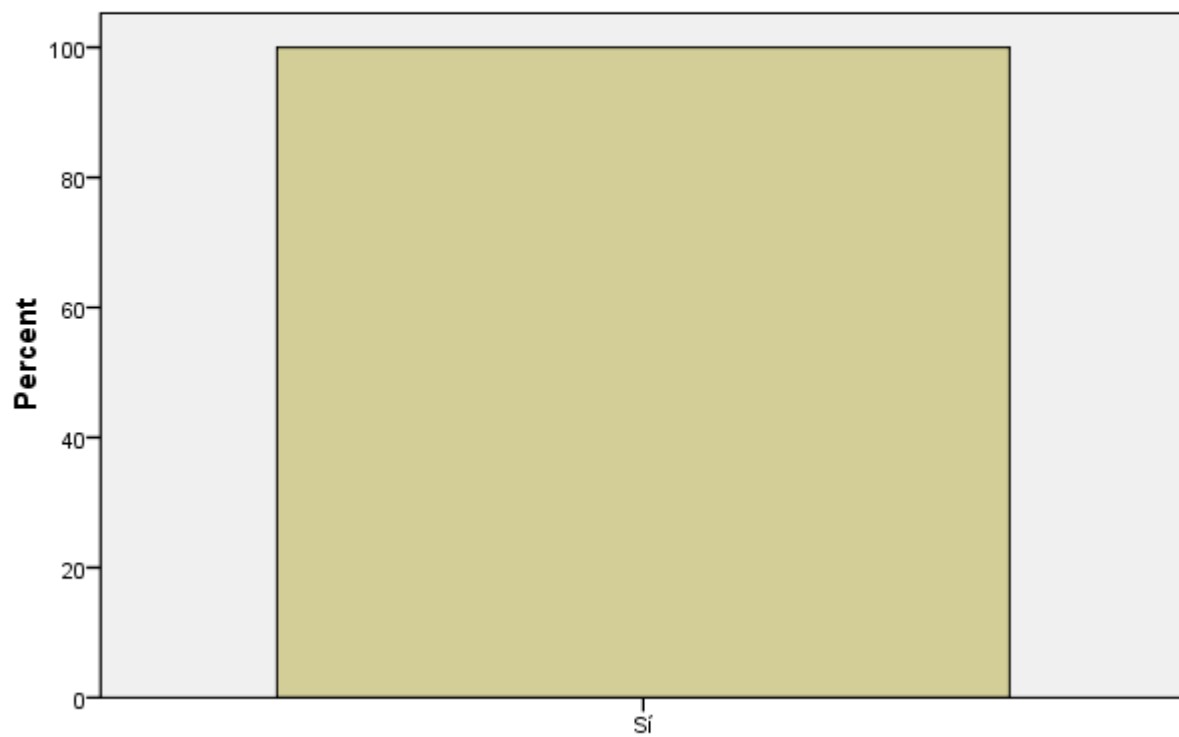
¿Conoces la revista digital Mecánica Popular?



¿Conoces la revista digital Mecánica Popular?

ANEXOS D

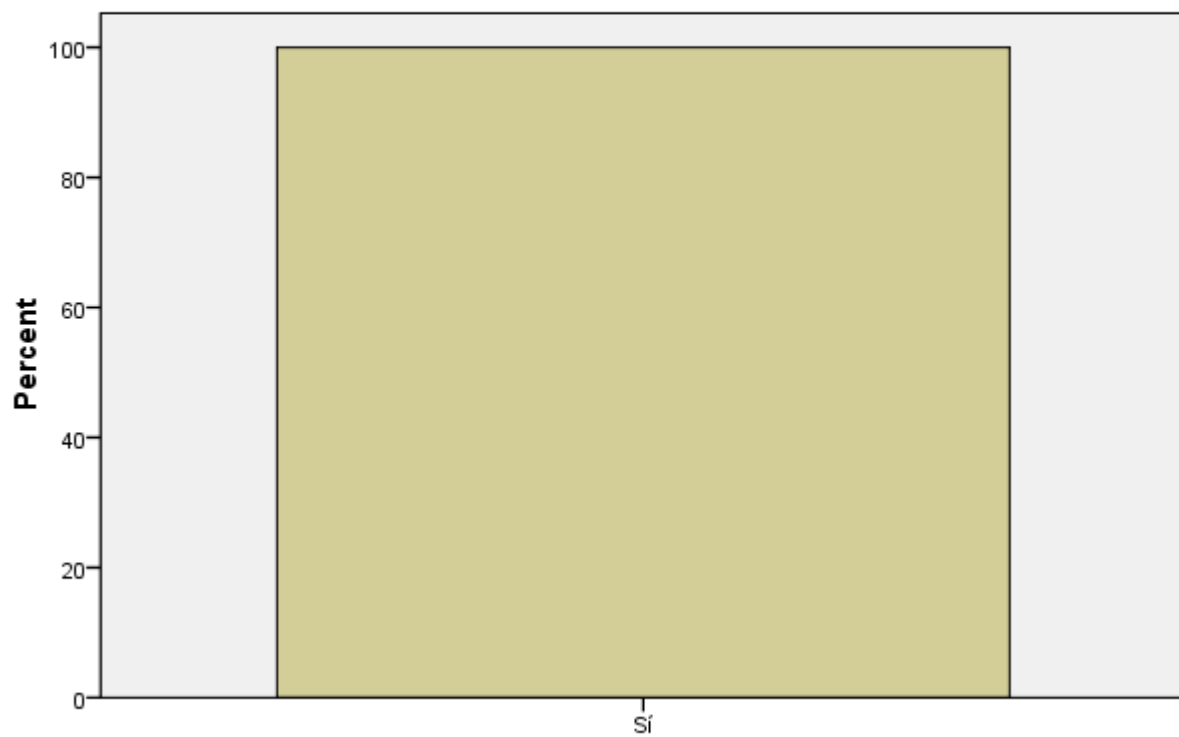
¿Conoces la revista digital Sport Life?



¿Conoces la revista digital Sport Life?

ANEXOS D

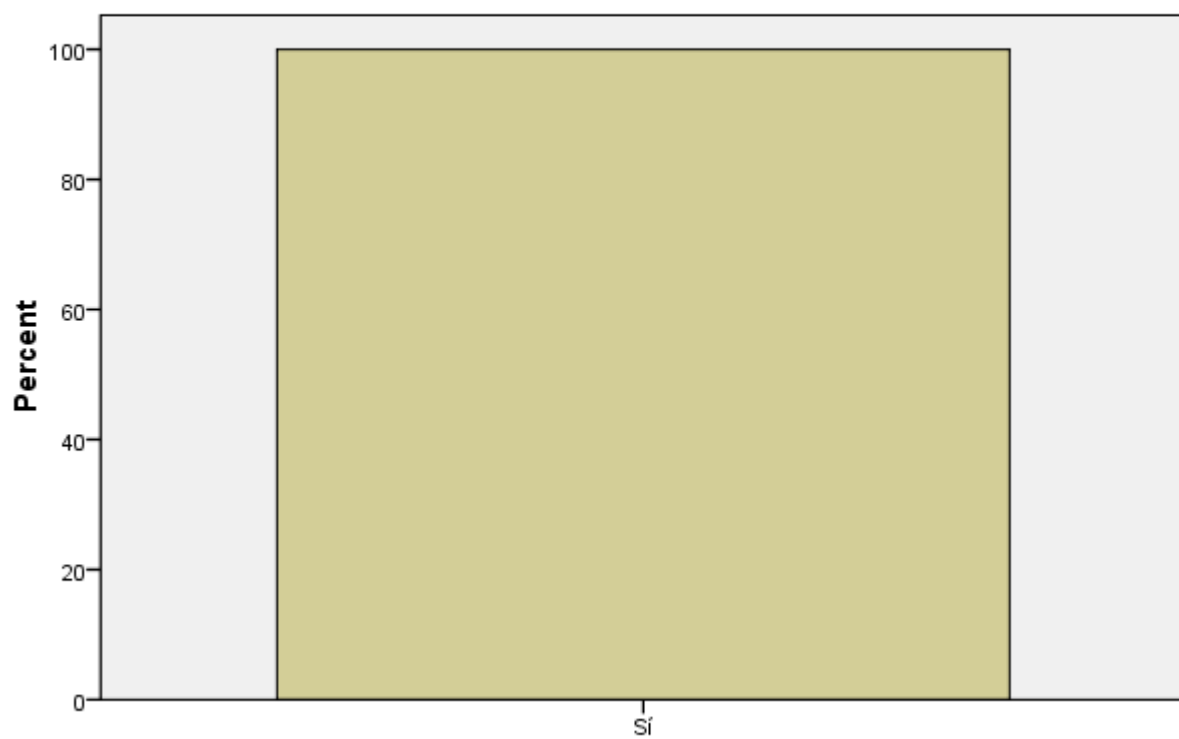
¿Conoces la revista digital Hola?



¿Conoces la revista digital Hola?

ANEXOS D

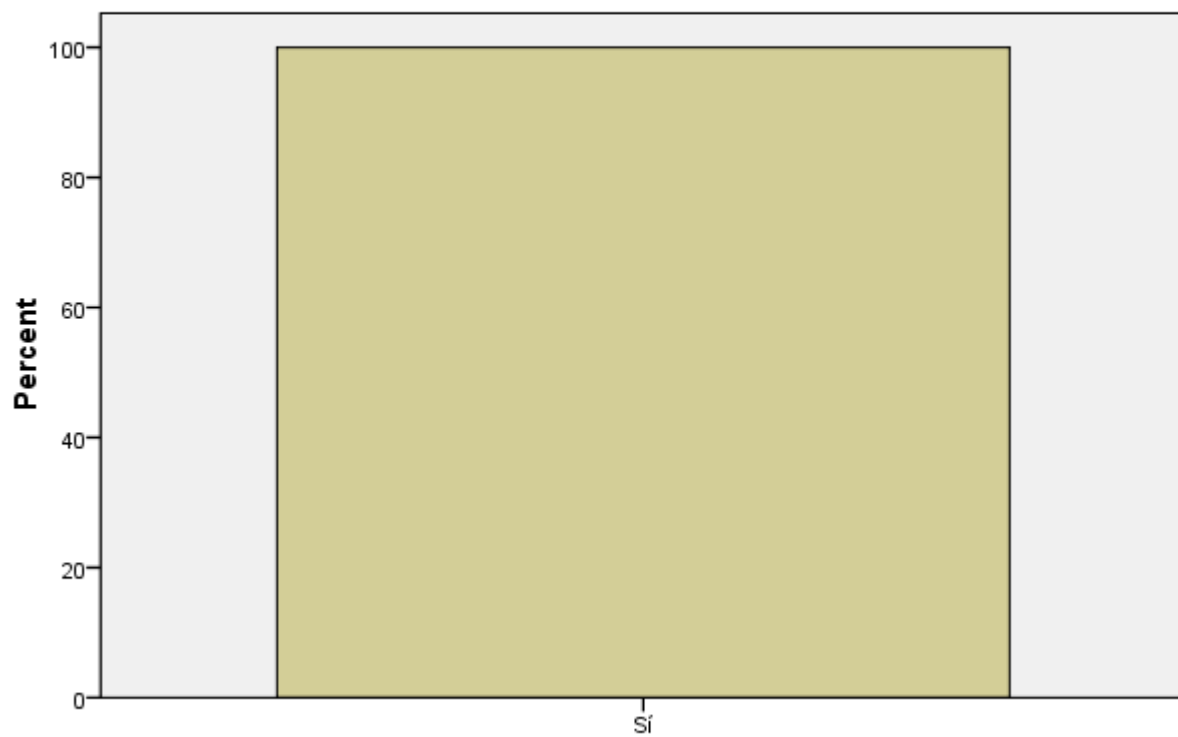
¿Conoces la revista digital Geociencias?



¿Conoces la revista digital Geociencias?

ANEXOS D

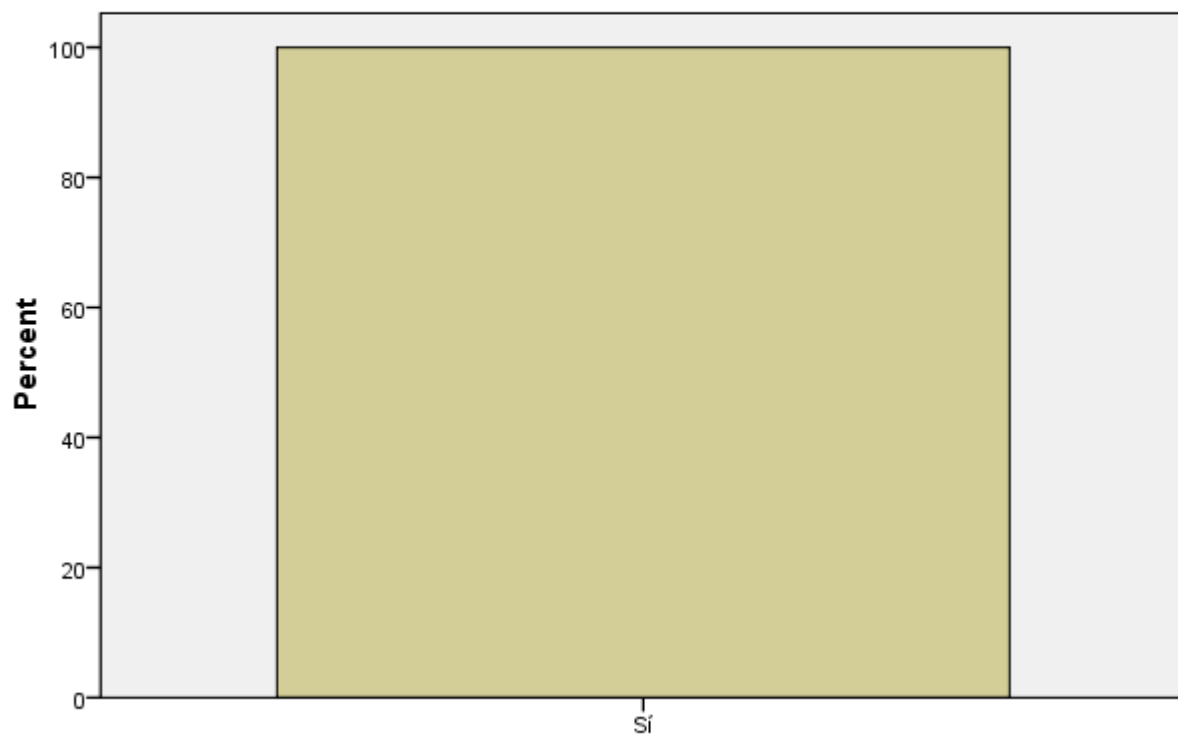
¿Conoces la revista digital Estampas?



¿Conoces la revista digital Estampas?

ANEXOS D

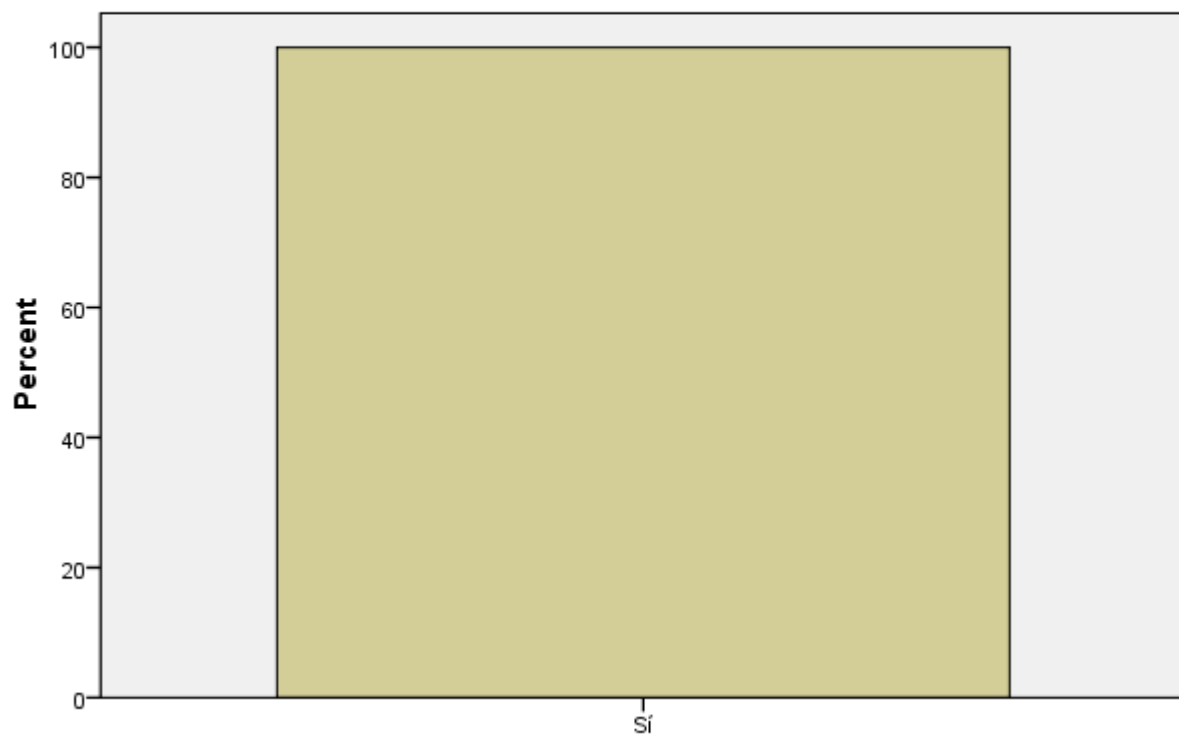
¿Conoces la revista digital Psicología on Line?



¿Conoces la revista digital Psicología on Line?

ANEXOS D

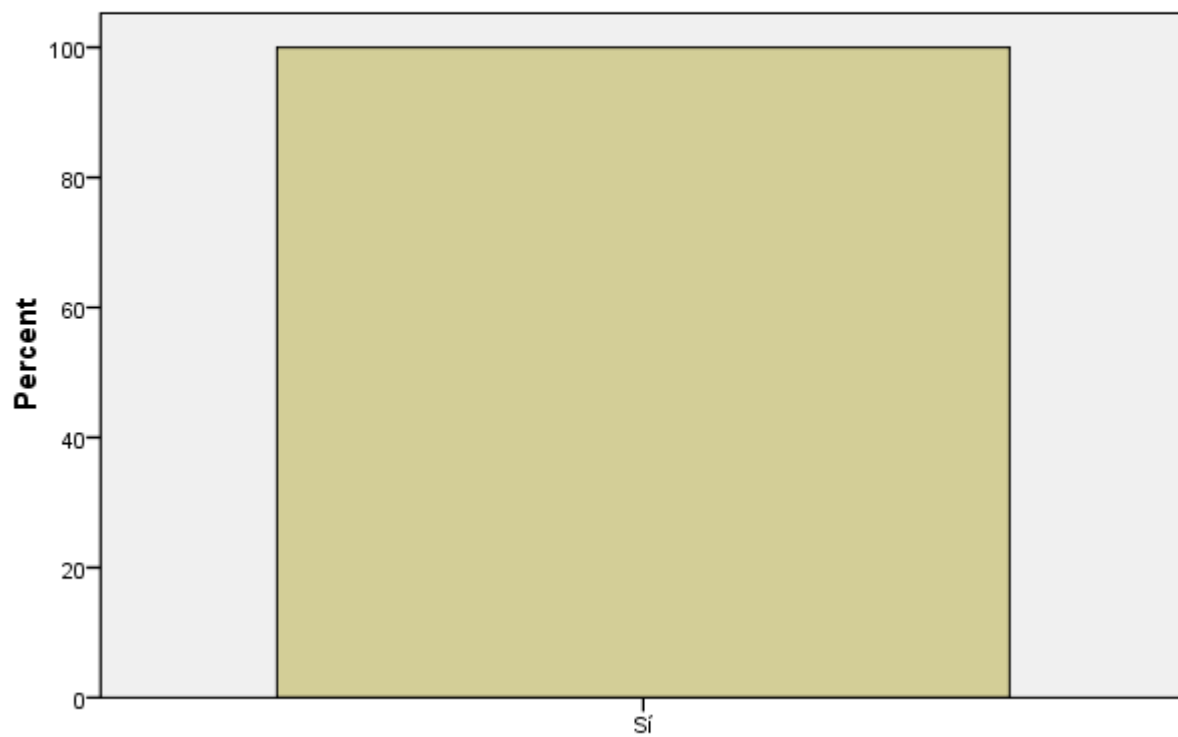
¿Conoces la revista digital Psicología Científica?



¿Conoces la revista digital Psicología Científica?

ANEXOS D

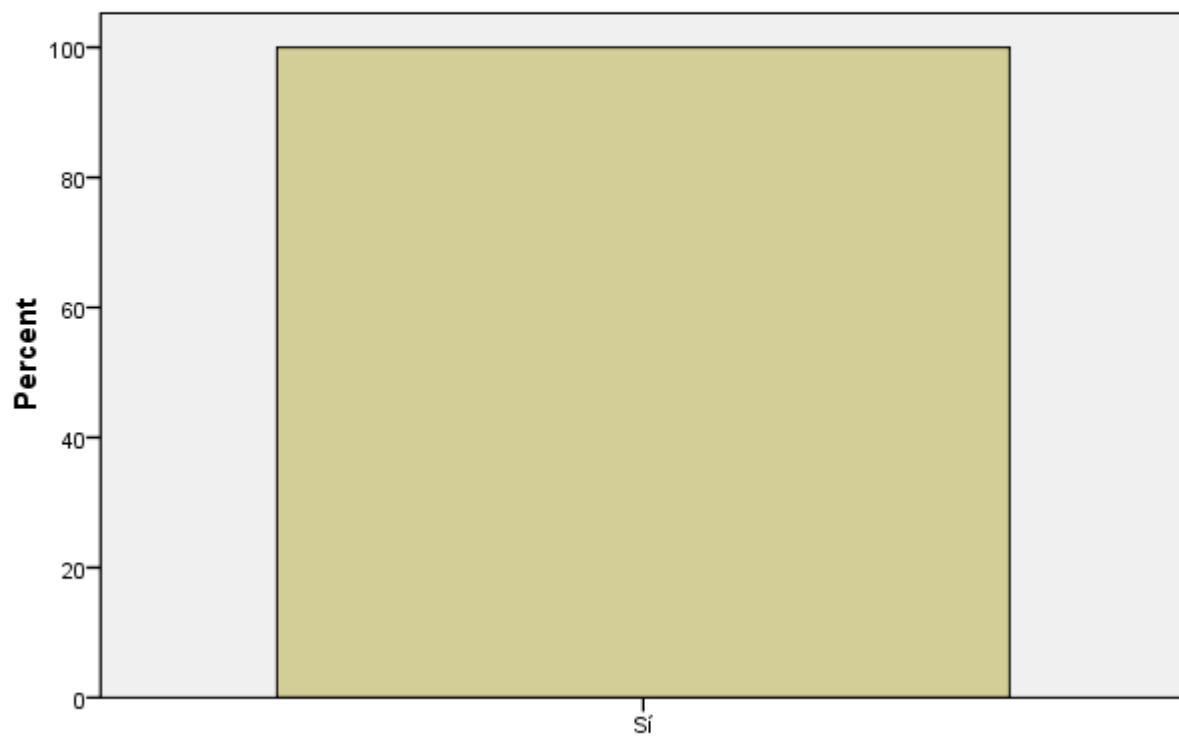
¿Conoces la revista digital El Salmón?



¿Conoces la revista digital El Salmón?

ANEXOS D

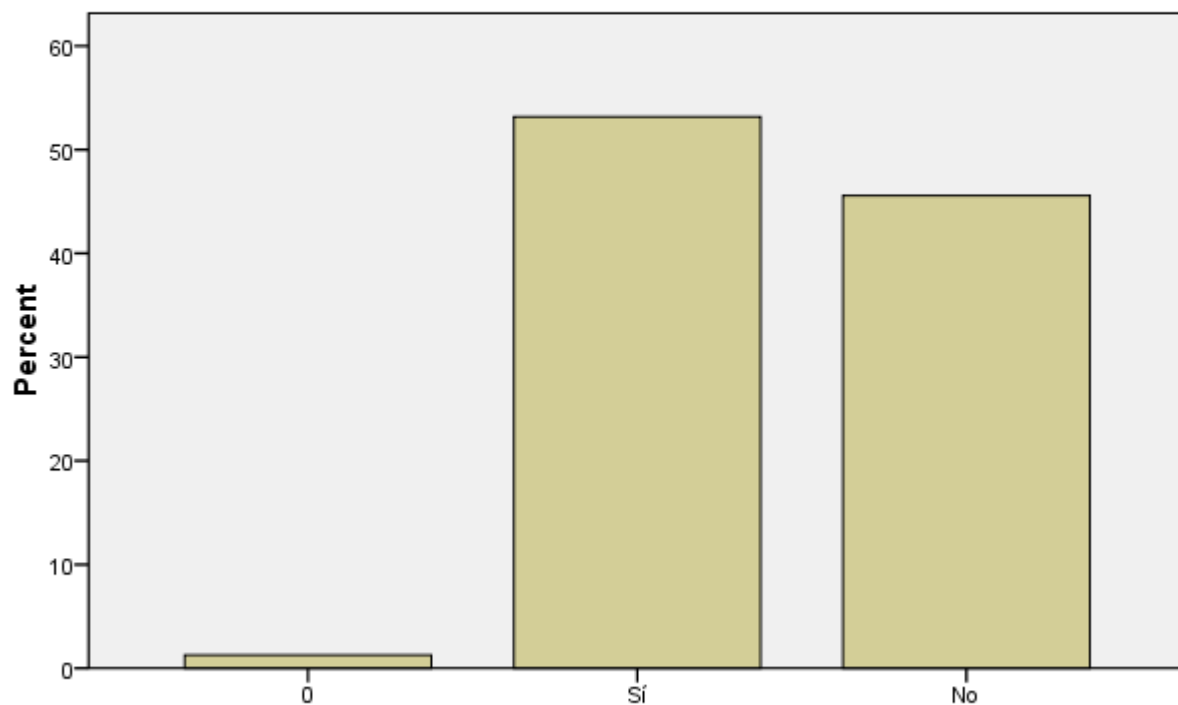
¿Conoces la revista digital Dialnet?



¿Conoces la revista digital Dialnet?

ANEXOS D

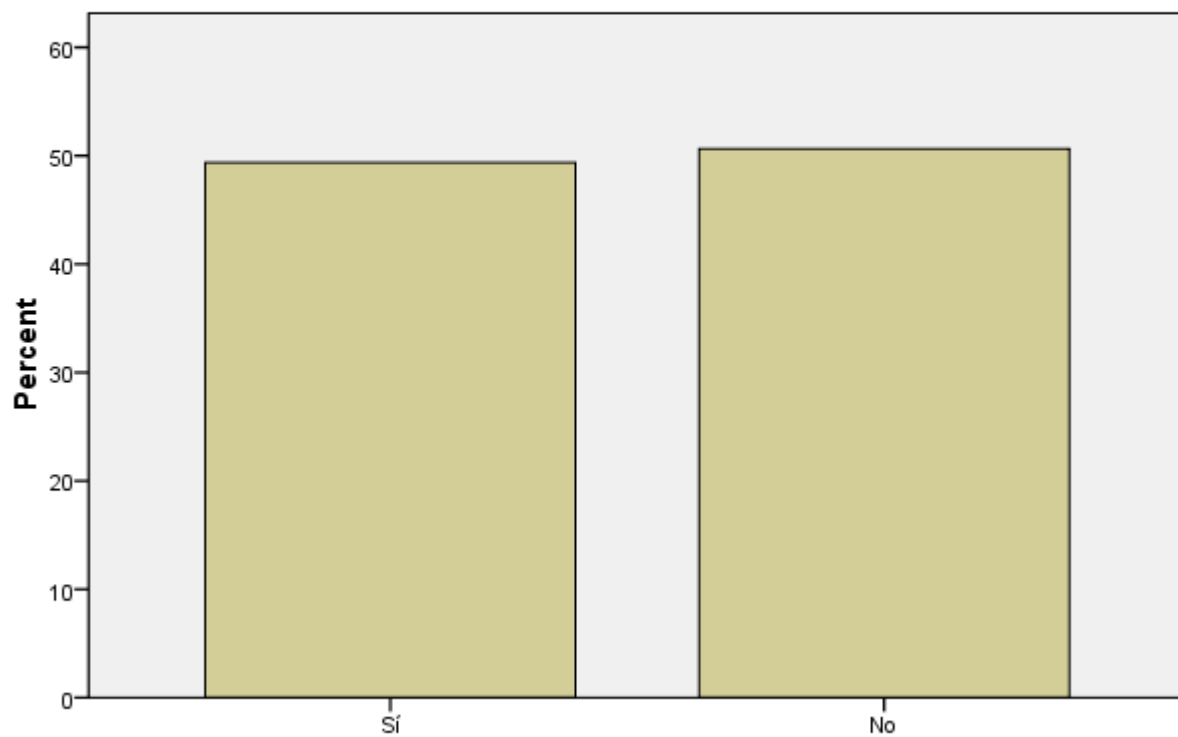
¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?



¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

ANEXOS D

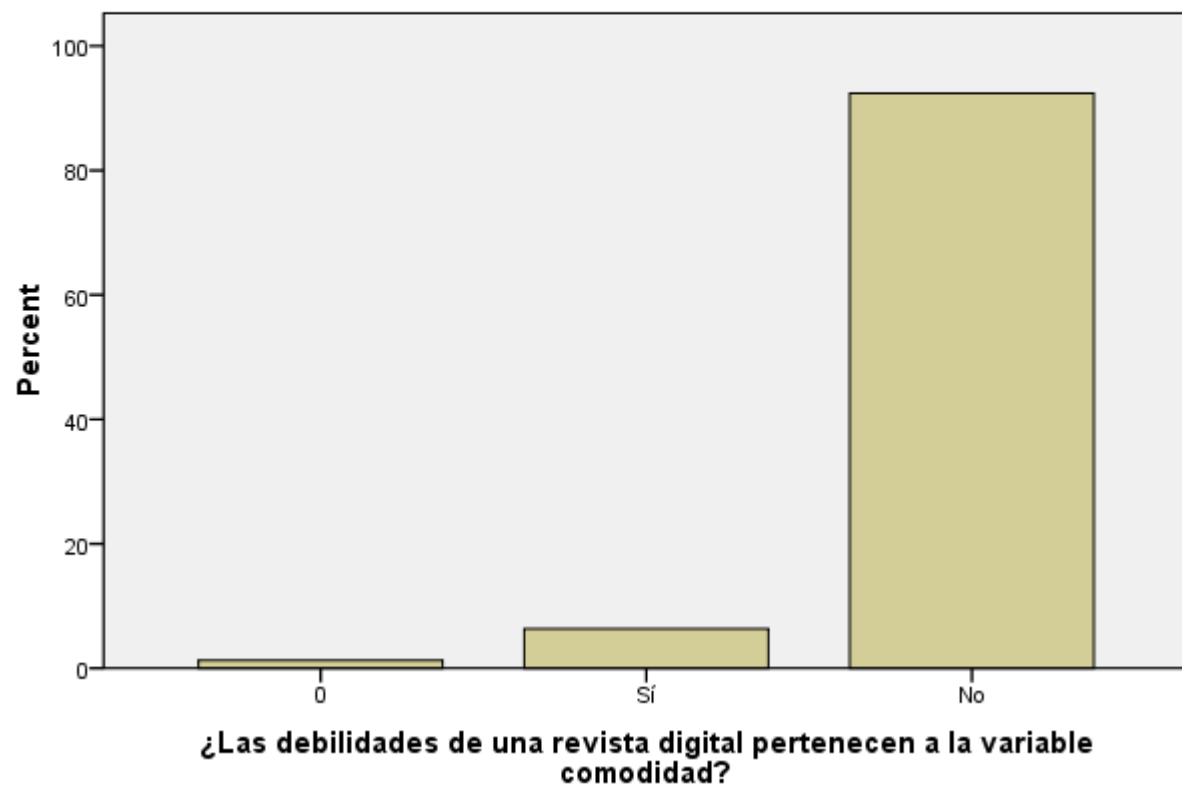
¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?



¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

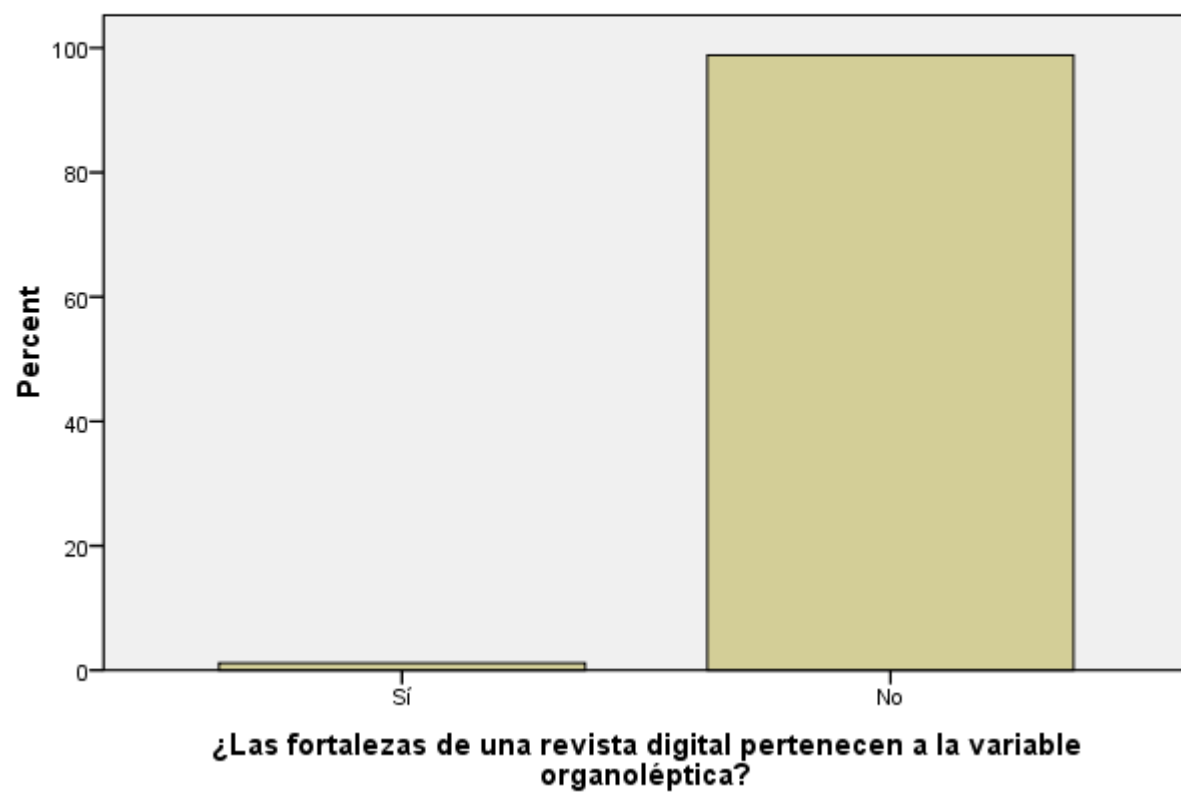
ANEXOS D

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?



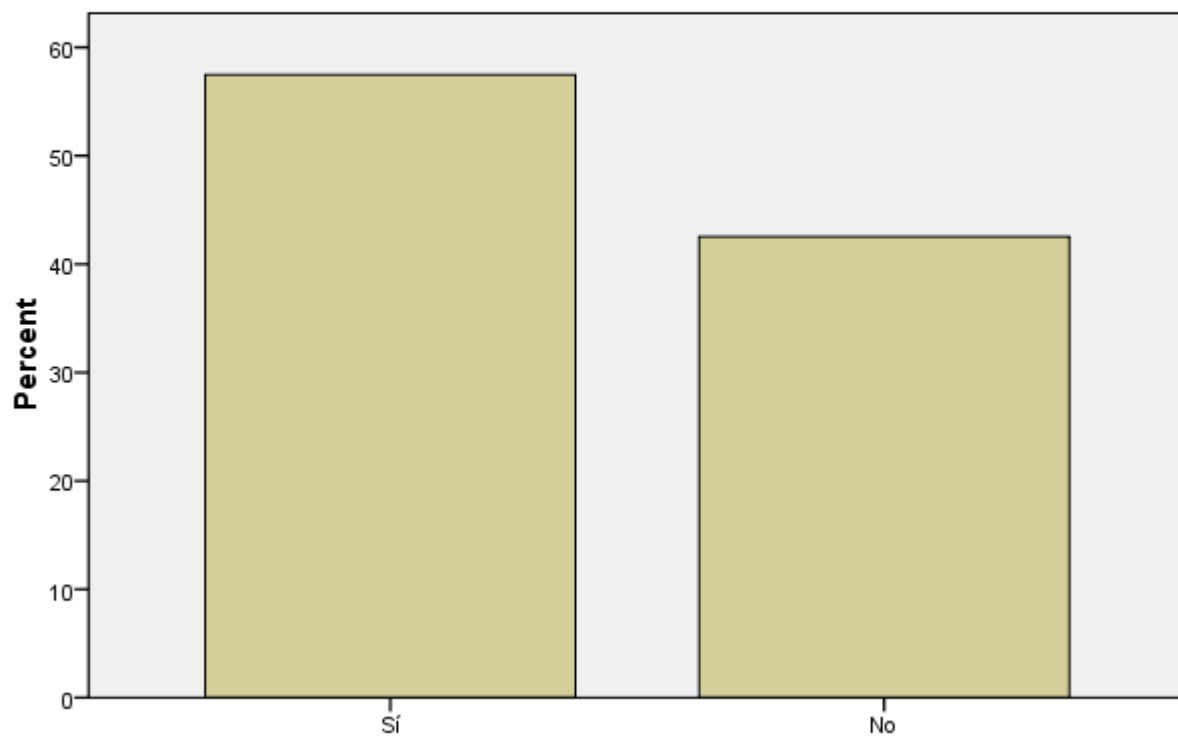
ANEXOS D

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?



ANEXOS D

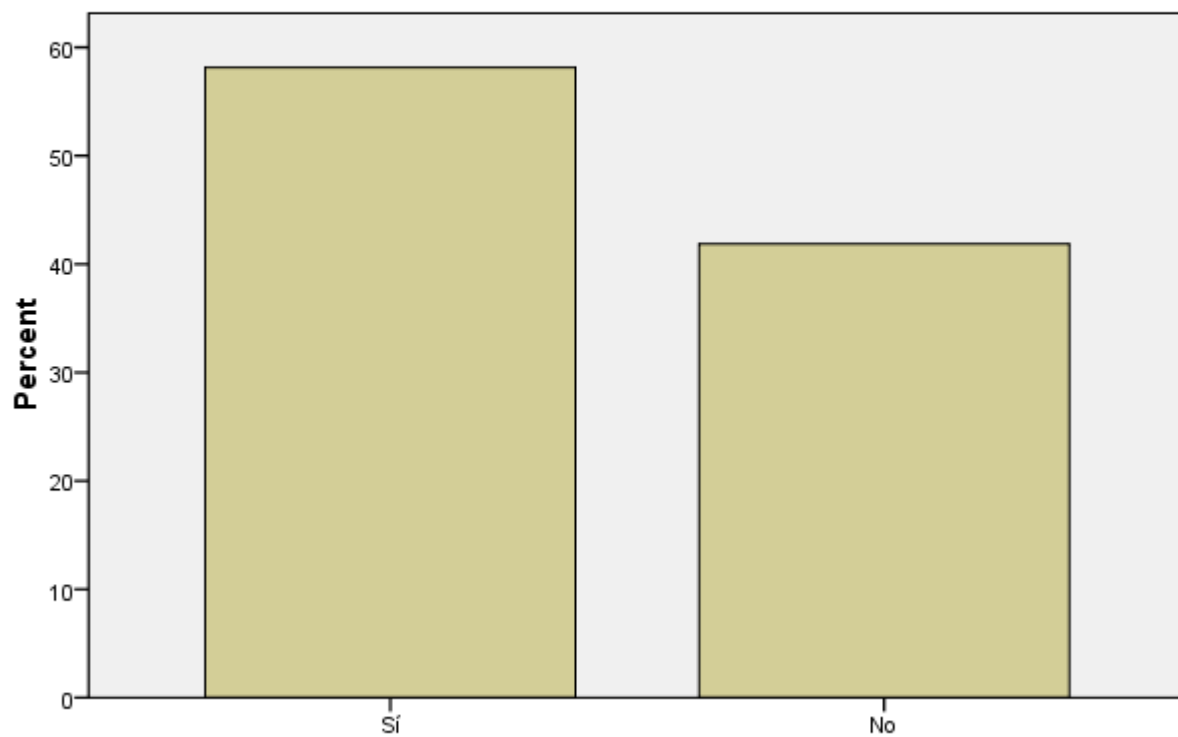
¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?



¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

ANEXOS D

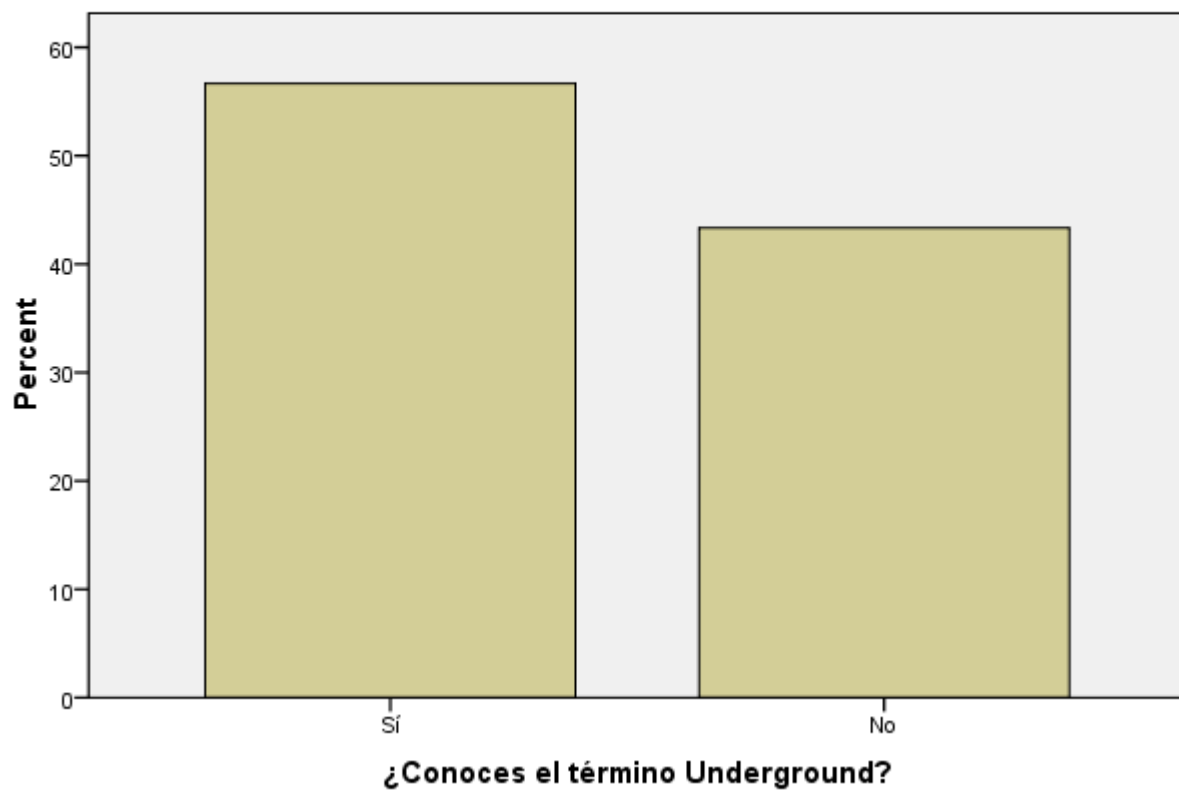
¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?



¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

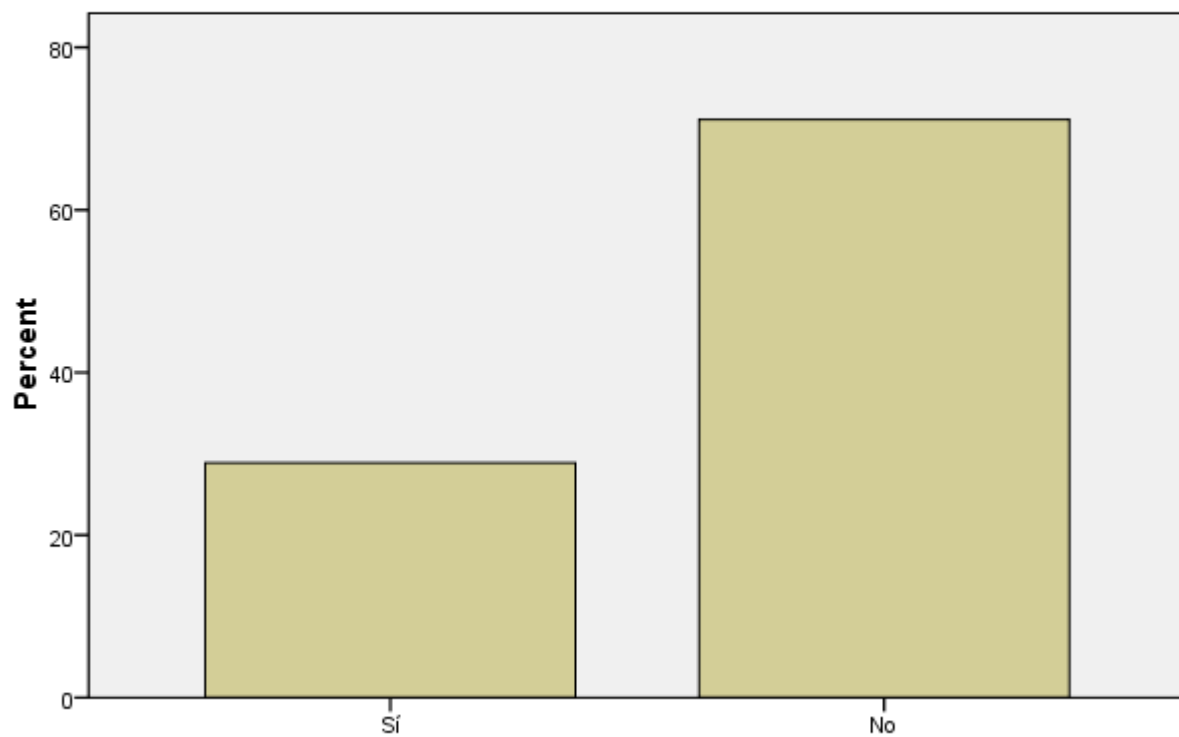
ANEXOS D

¿Conoces el término Underground?



ANEXOS D

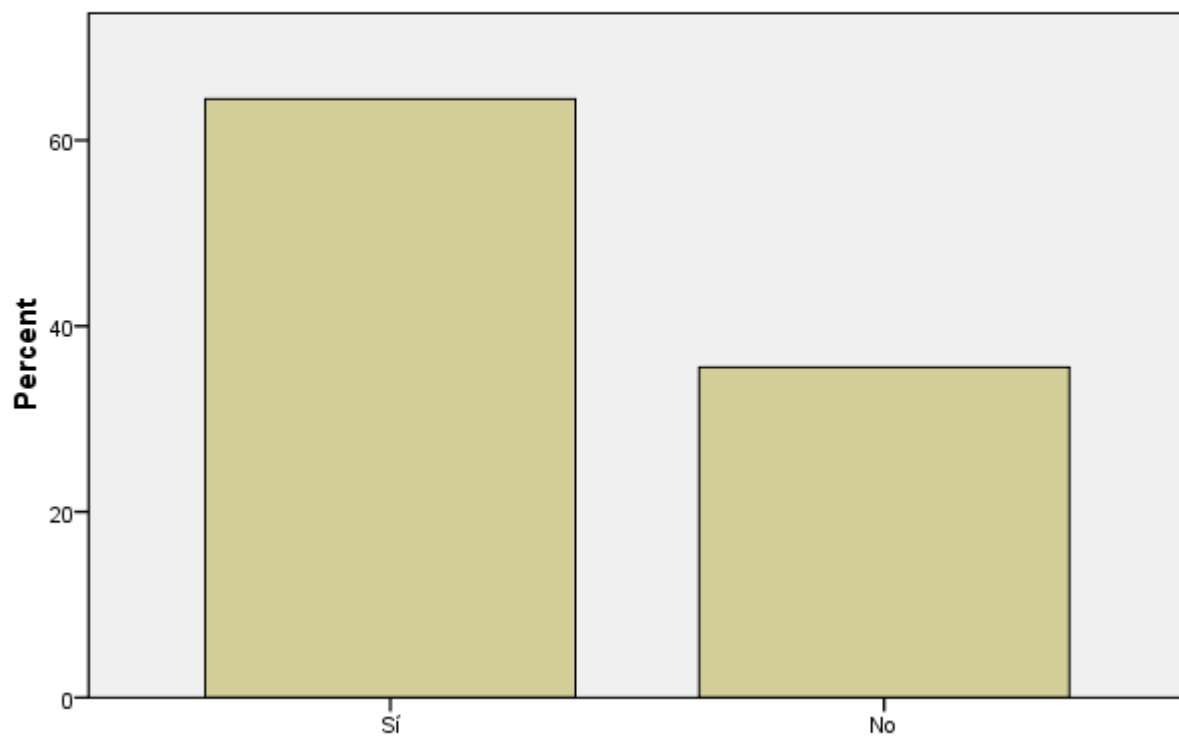
¿Te identificas con este estilo?



¿Te identificas con este estilo?

ANEXOS D

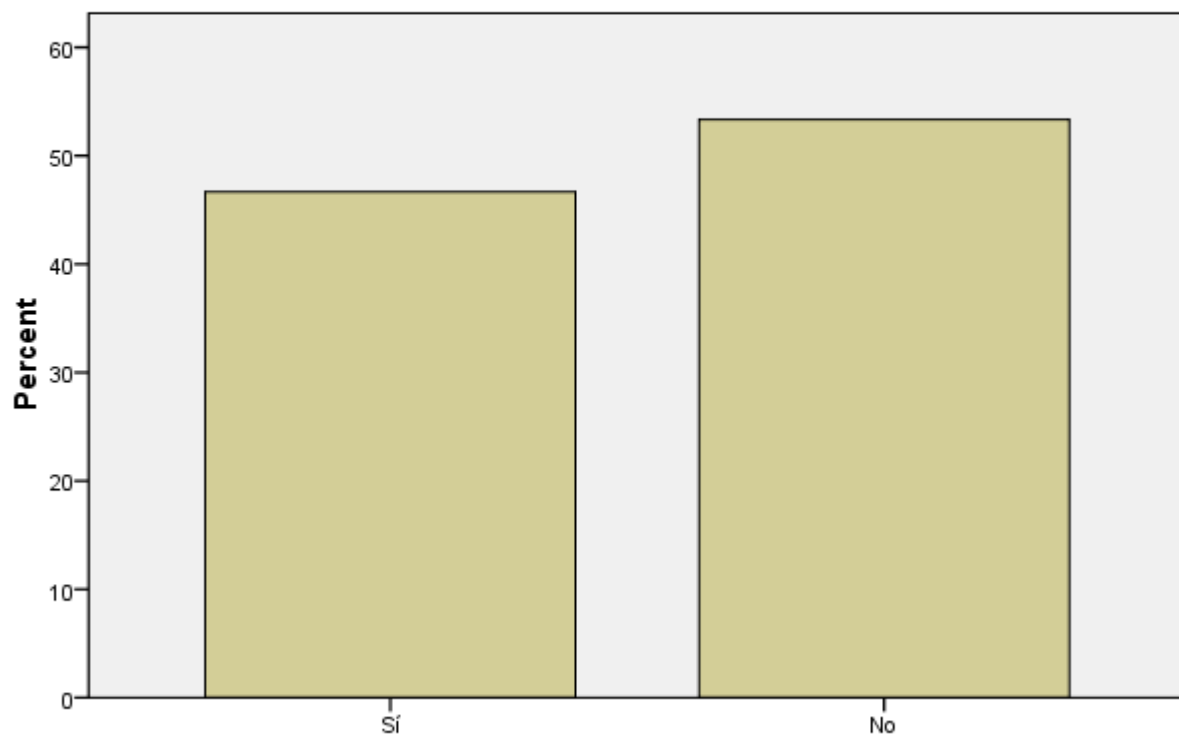
¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?



¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

ANEXOS D

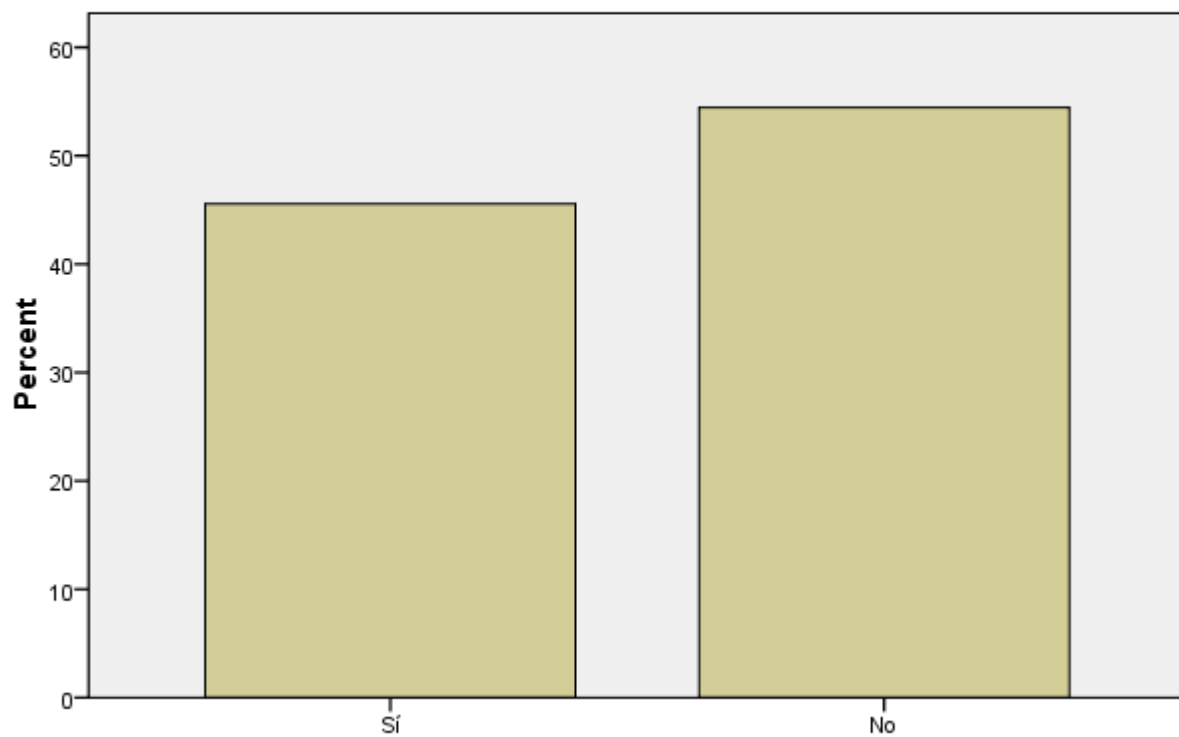
¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?



¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

ANEXOS D

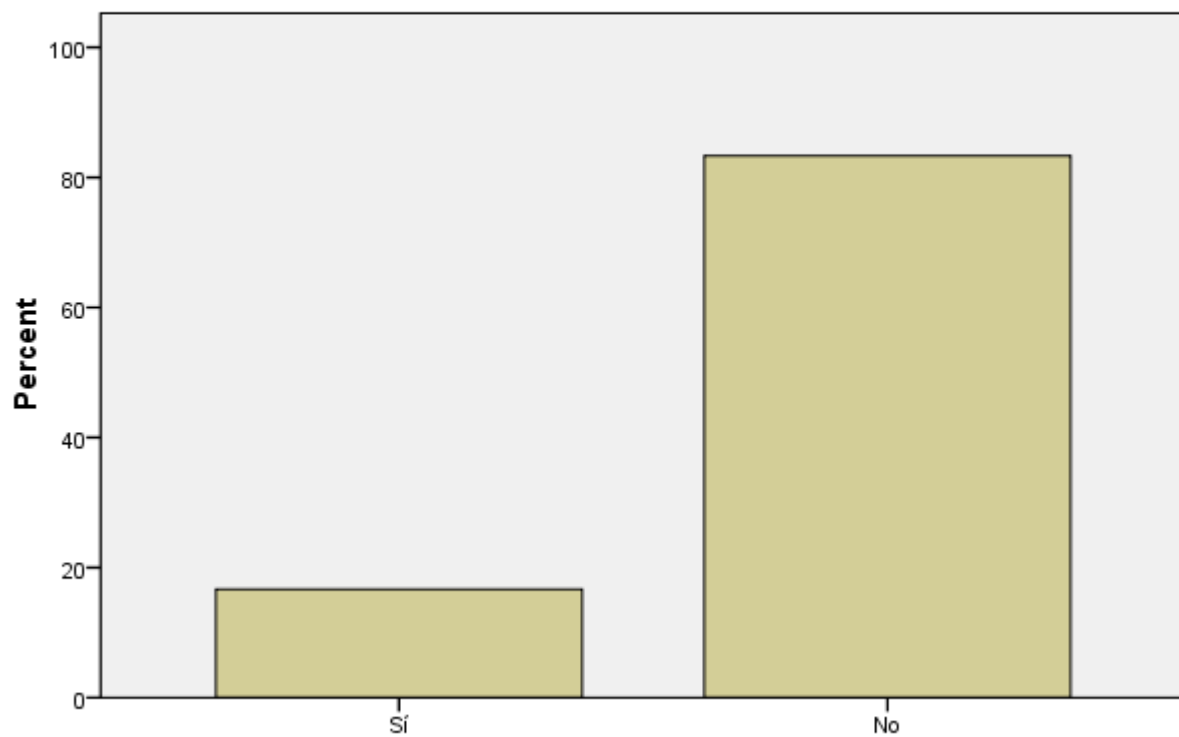
¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?



¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?

ANEXOS D

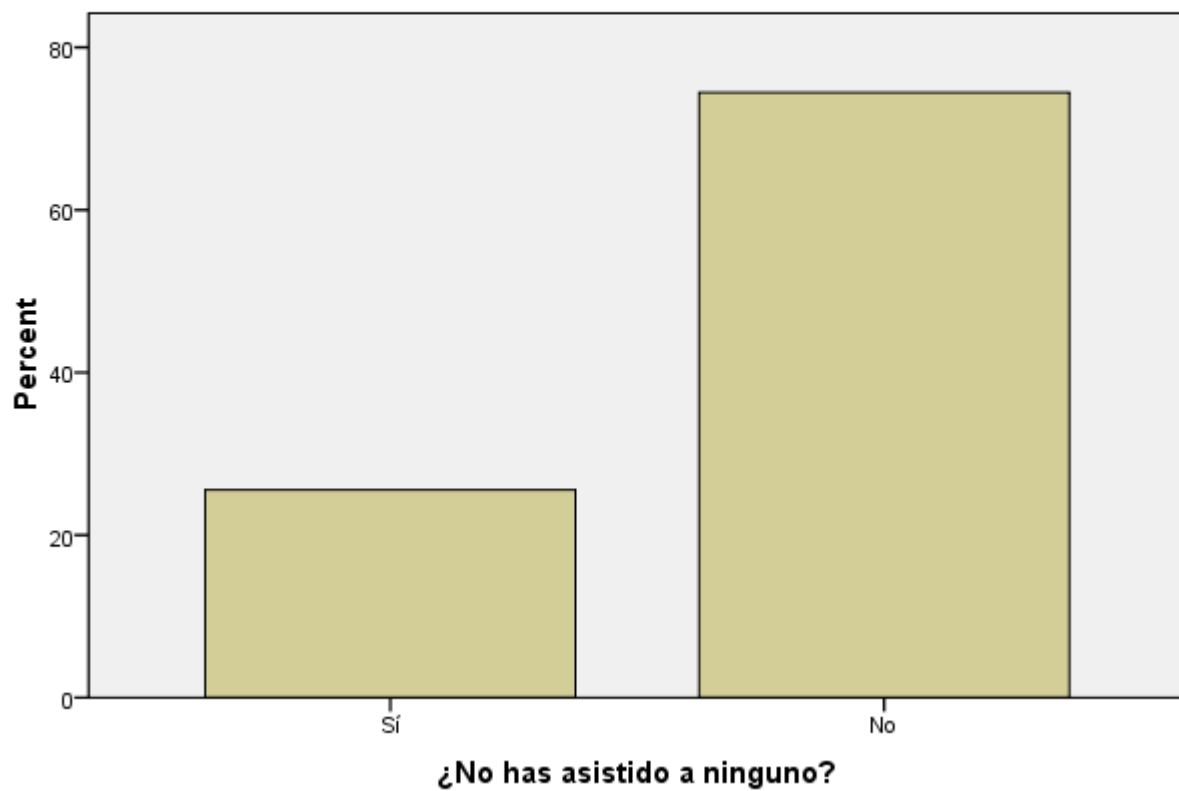
¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?



¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

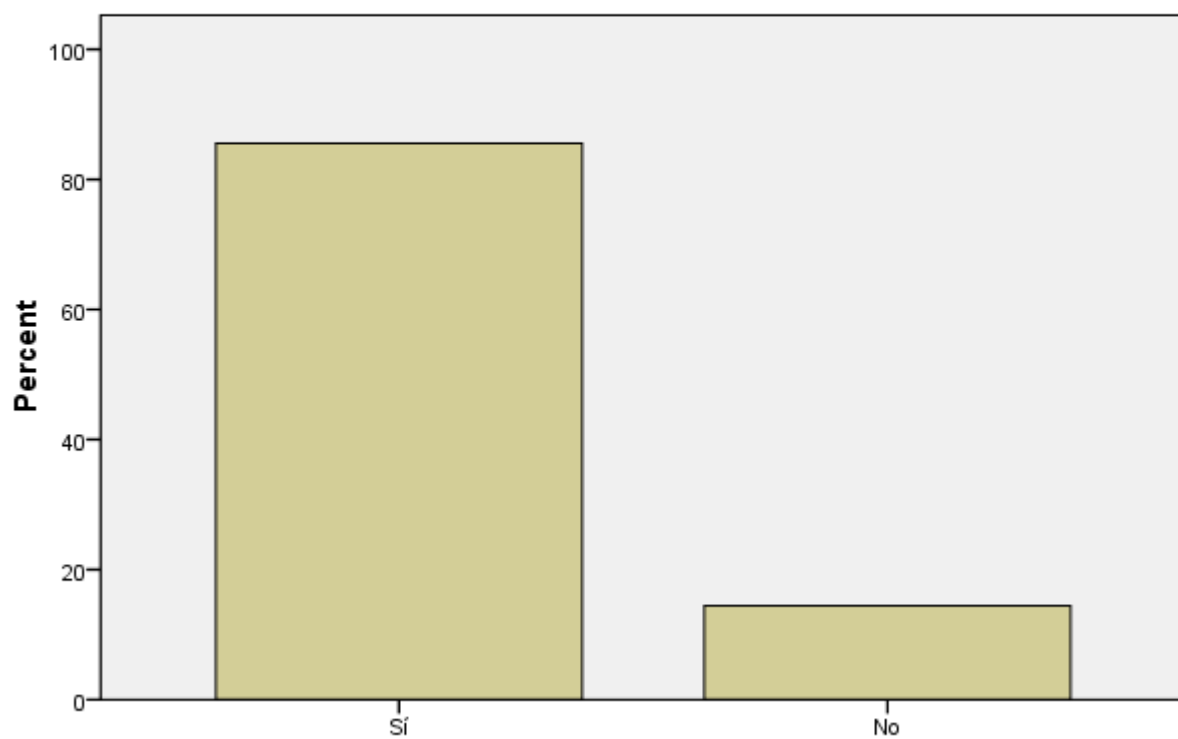
ANEXOS D

¿No has asistido a ninguno?



ANEXOS D

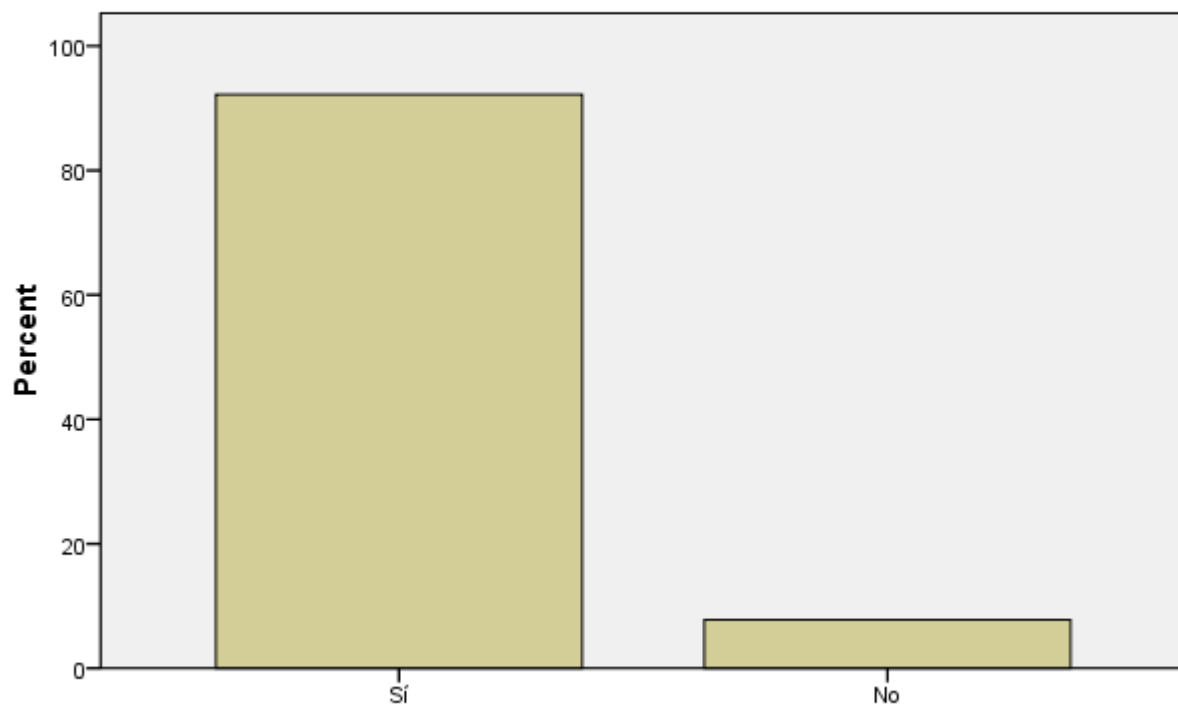
¿Leerías una revista digital de corte underground?



¿Leerías una revista digital de corte underground?

ANEXOS D

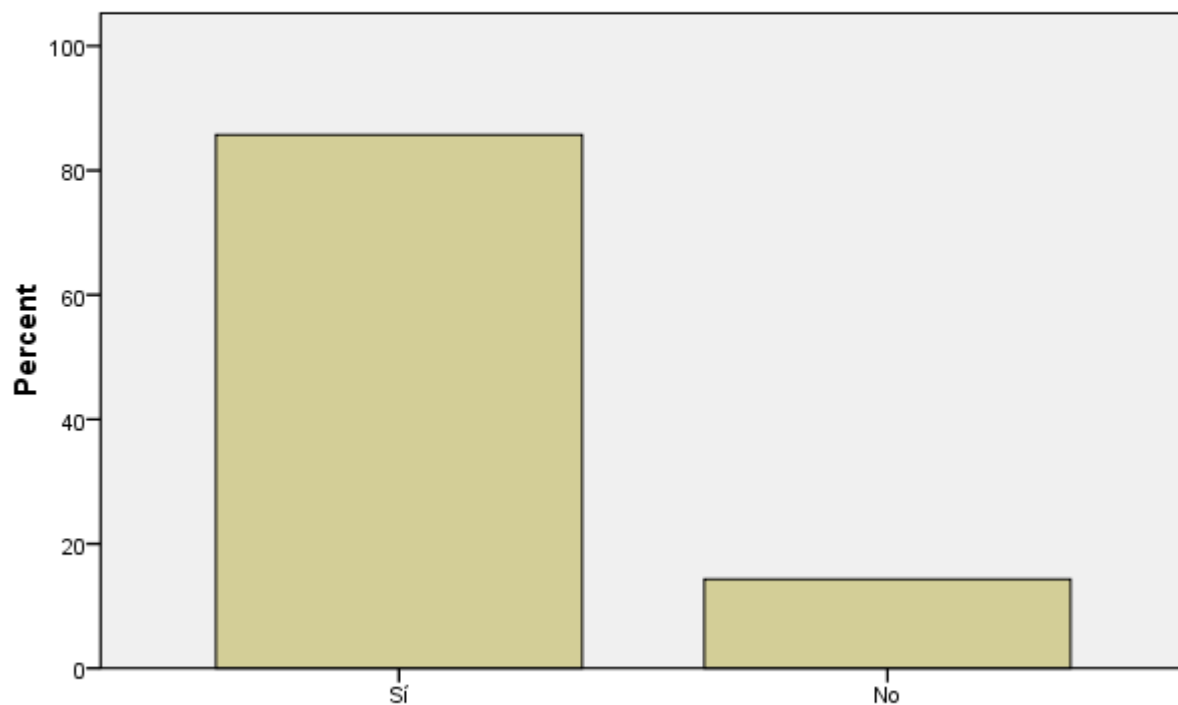
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?

ANEXOS D

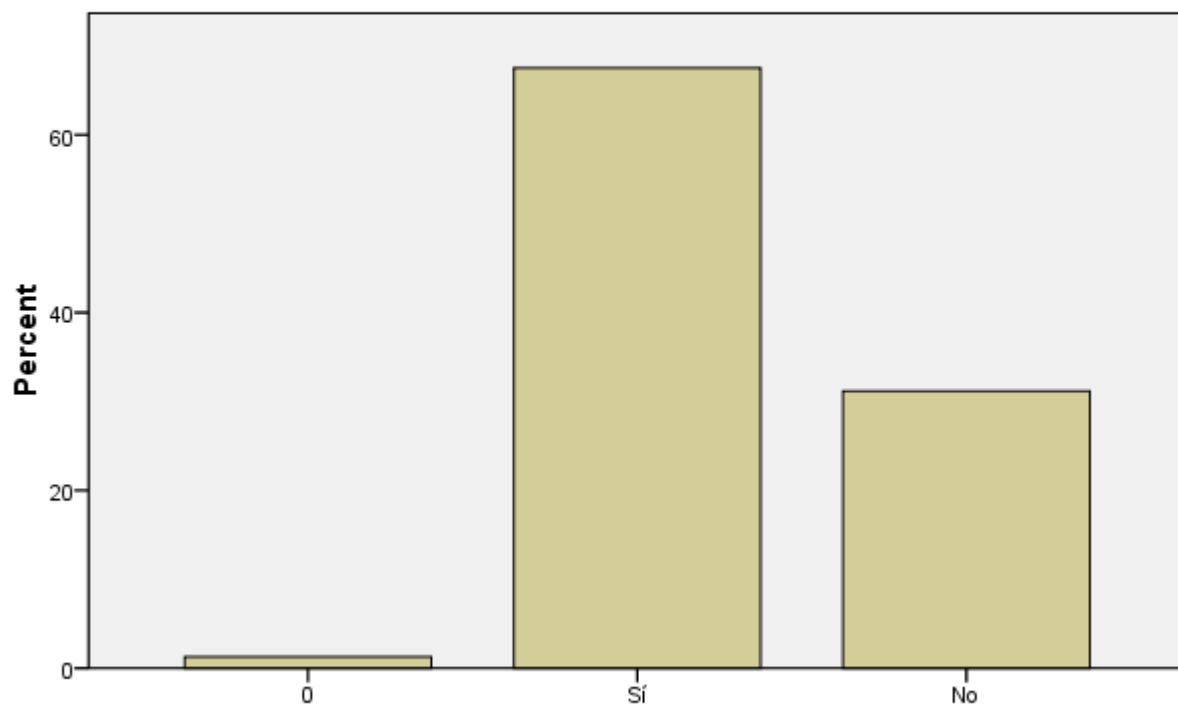
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?

ANEXOS D

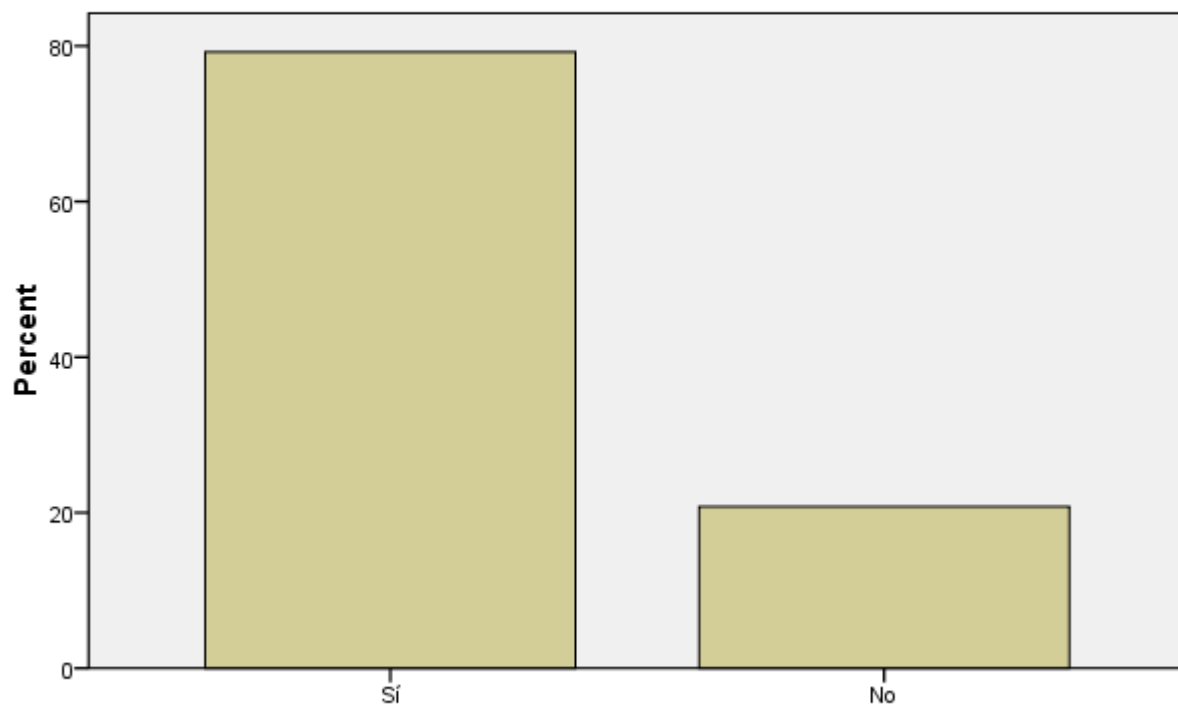
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?

ANEXOS D

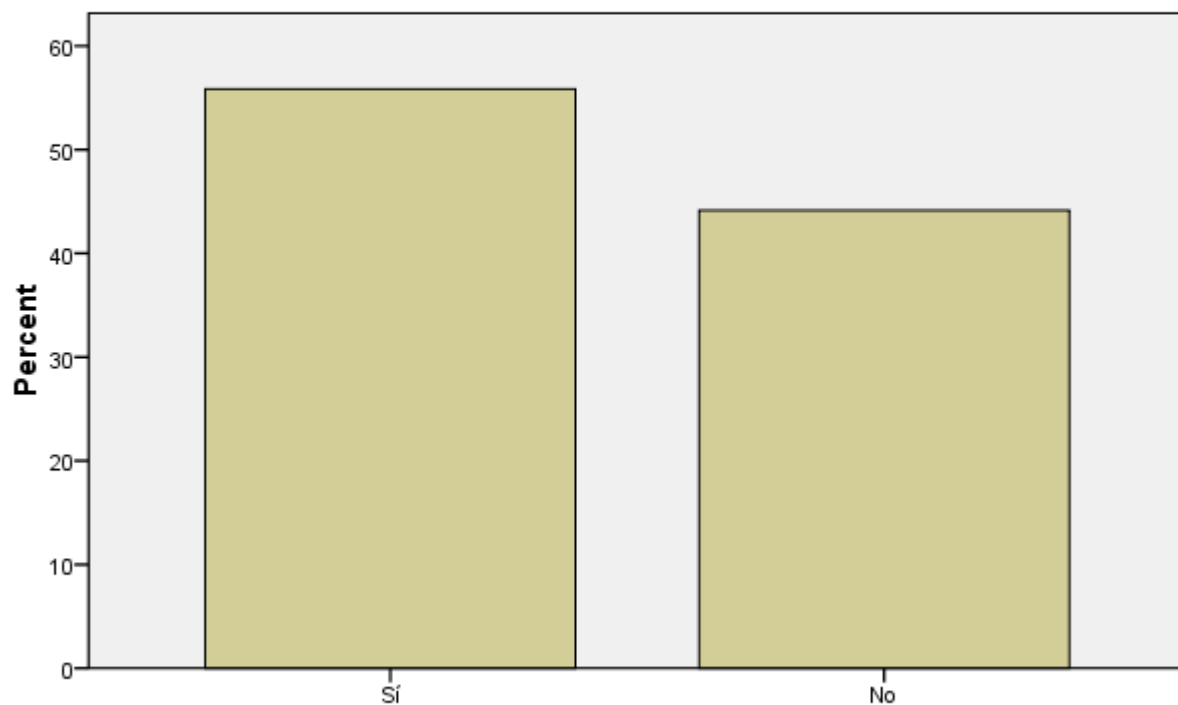
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?

ANEXOS D

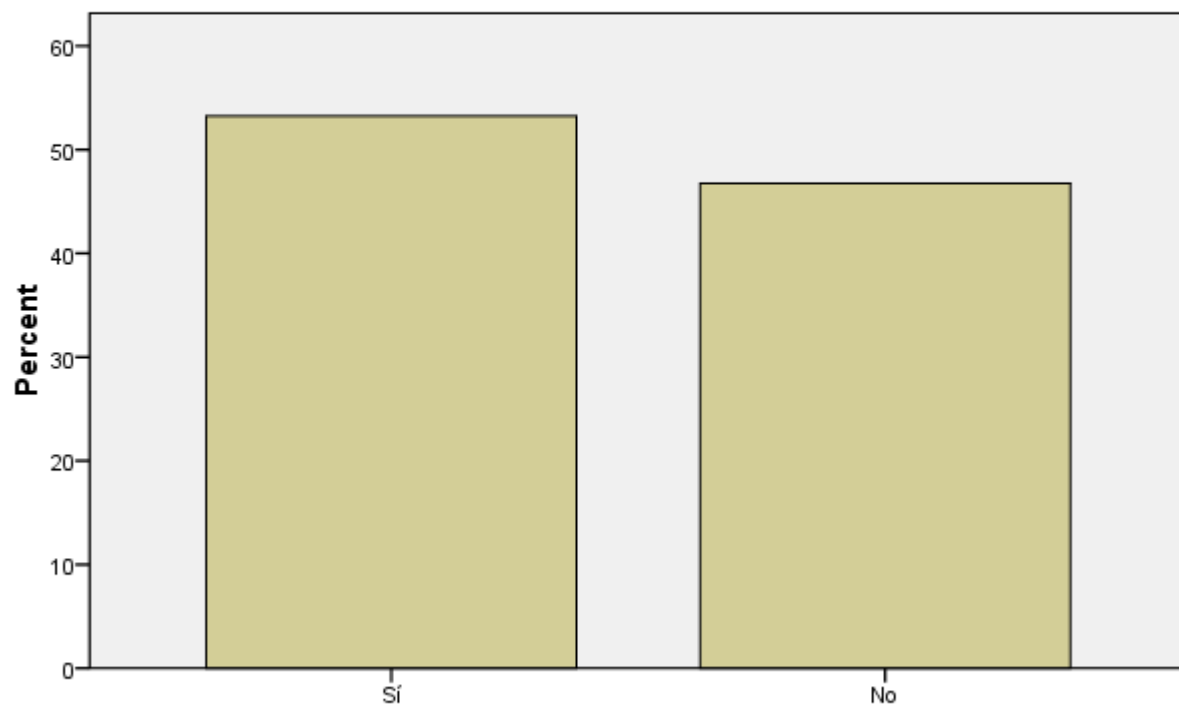
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?

ANEXOS D

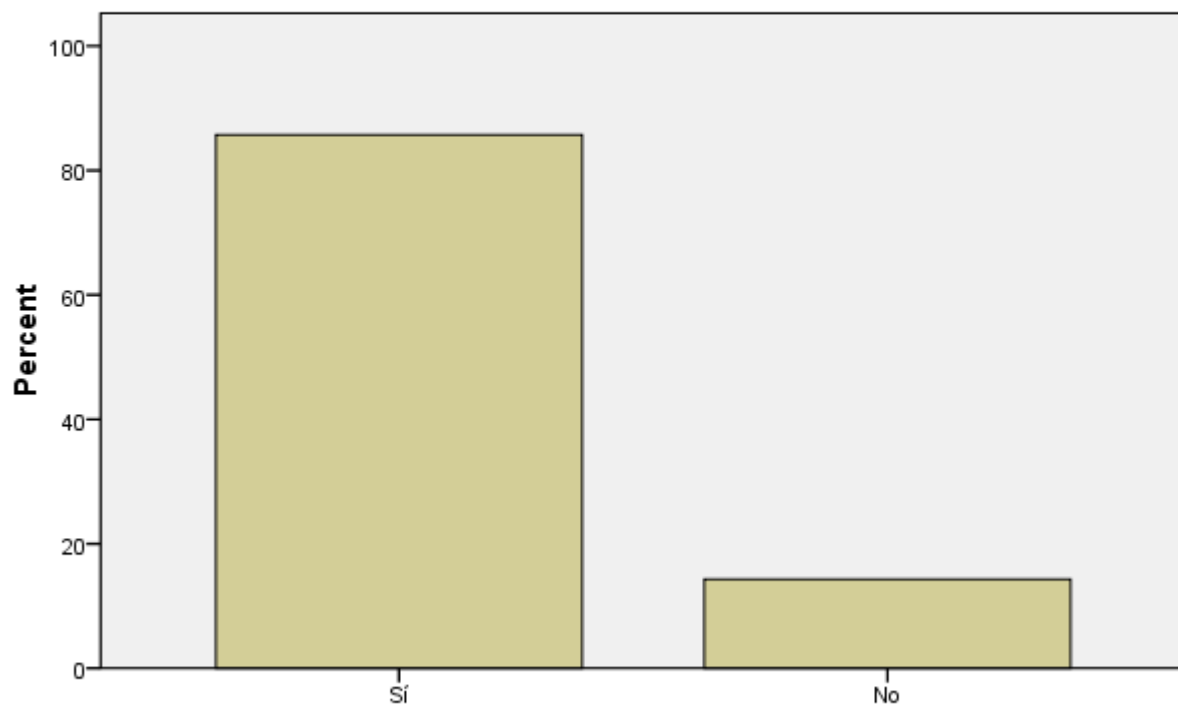
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?

ANEXOS D

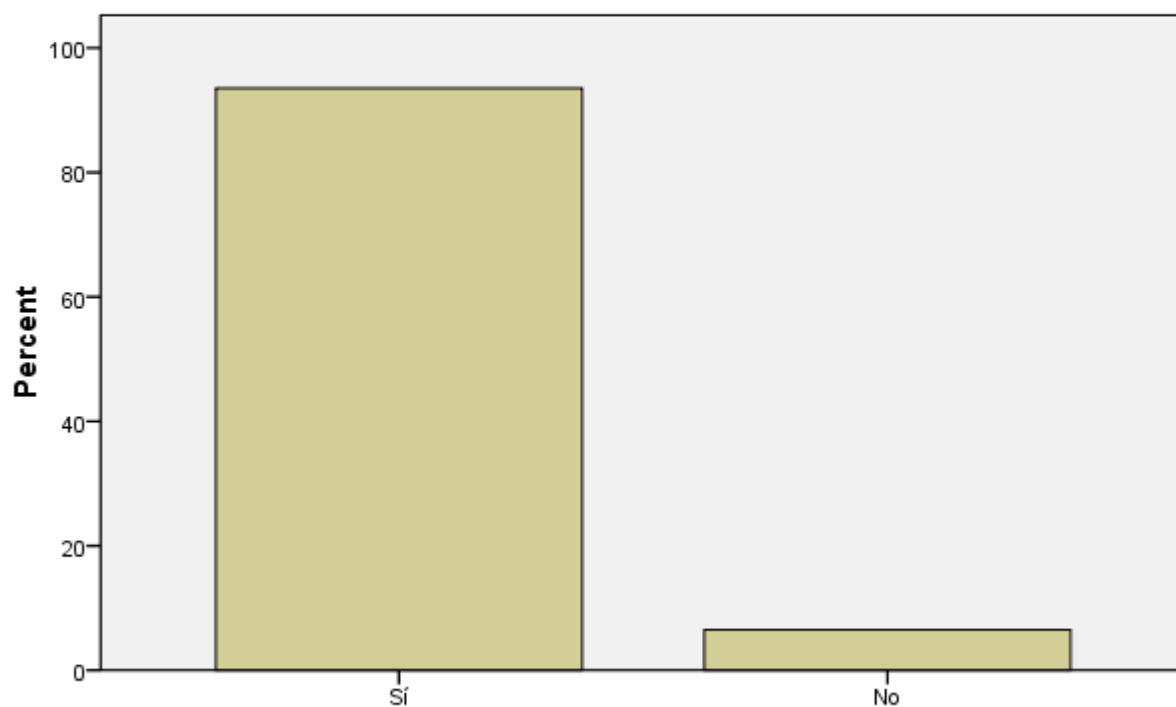
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?

ANEXOS D

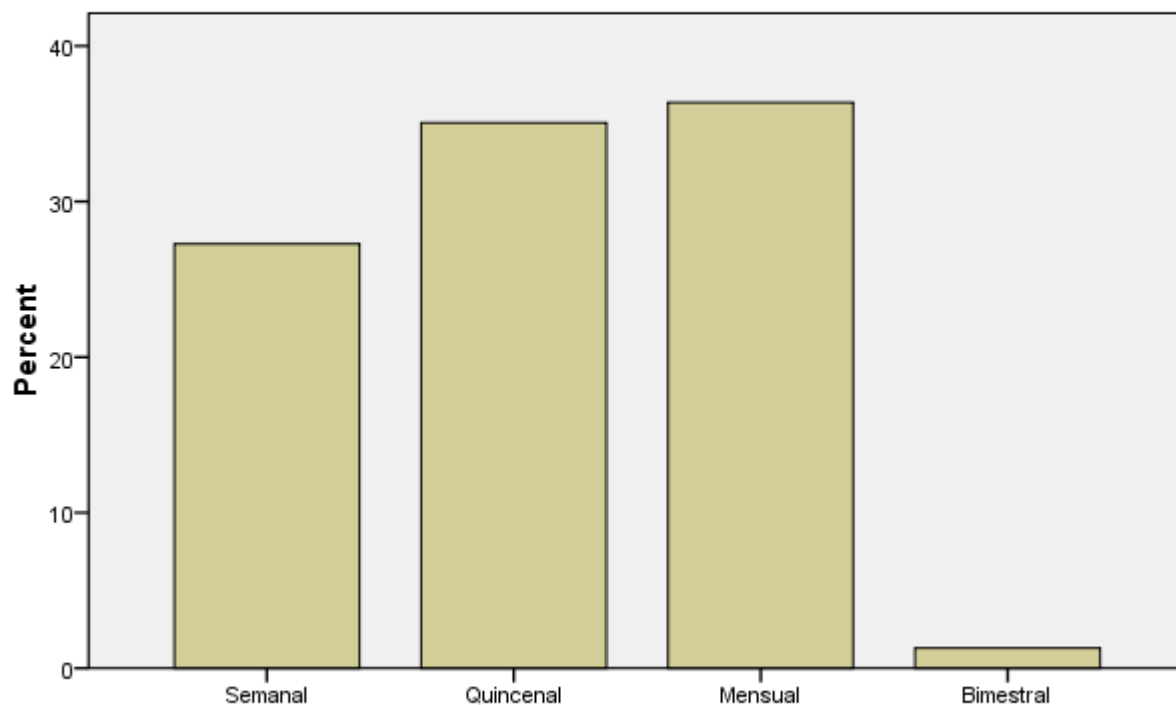
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?

ANEXOS D

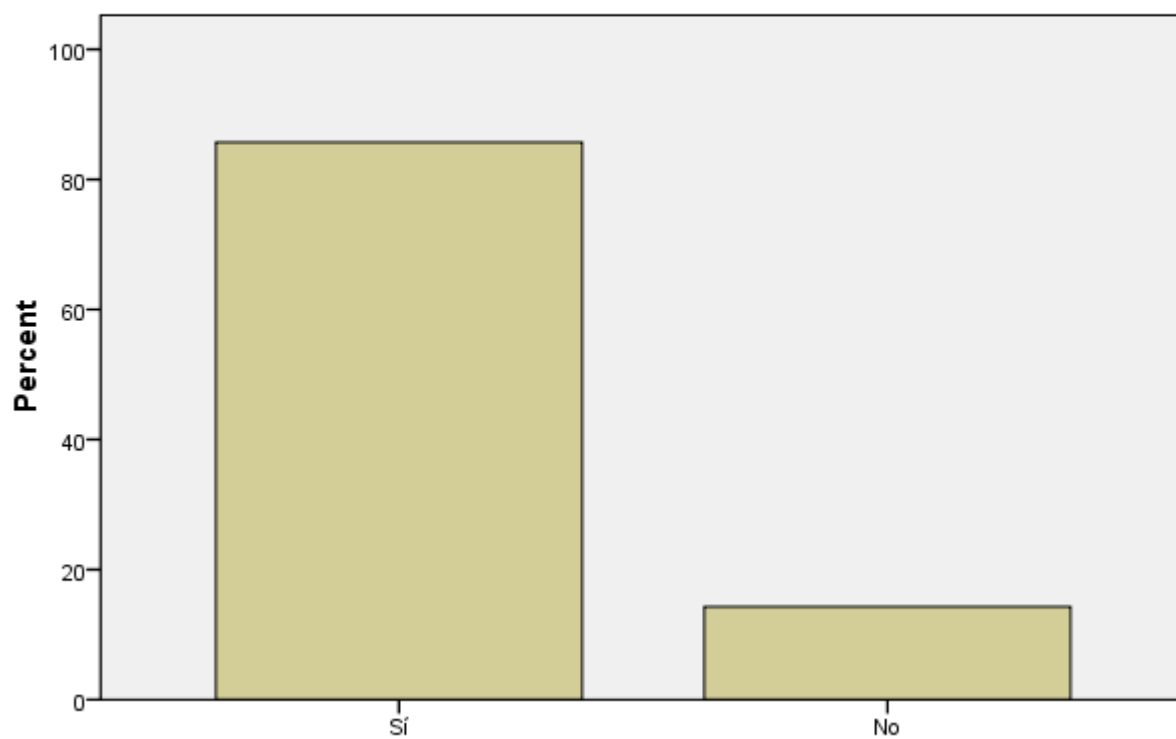
¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?



¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

ANEXOS D

¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?



¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

ANEXOS E

Statistics

		Edad	Sexo	¿Usas Internet?	¿Lees revistas?
N	Valid	60	60	60	60
	Missing	0	0	0	0
	Mean	22,47	1,62	1,00	1,00
	Median	23,00	2,00	1,00	1,00
	Mode	23	2	1	1
	Std. Deviation	2,411	,490	,000	,000
	Skewness	,530	-,492		
	Std. Error of Skewness	,309	,309	,309	,309
	Kurtosis	3,554	-1,819		
	Std. Error of Kurtosis	,608	,608	,608	,608
	Sum	1348	97	60	60

Statistics

		¿Qué tipo de revistas prefieres leer?	¿Posees Internet en tu casa?	¿Con qué frecuencia utilizas Internet?	¿Visitas páginas Web informativas?
N	Valid	60	60	60	60
	Missing	0	0	0	0
	Mean	2,47	1,00	1,12	1,18
	Median	2,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	2	1	1	1
	Std. Deviation	1,610	,000	,490	,390
	Skewness	1,159		4,751	1,679
	Std. Error of Skewness	,309	,309	,309	,309
	Kurtosis	,261		23,766	,846
	Std. Error of Kurtosis	,608	,608	,608	,608
	Sum	148	60	67	71

Statistics

	¿Visitas páginas Web educativas?	¿Visitas redes sociales?	¿Visitas páginas Web culturales?	¿Visitas páginas Web corporativas?

ANEXOS E

N	Valid	60	60	60	60
	Missing	0	0	0	0
	Mean	1,77	1,13	1,63	1,83
	Median	2,00	1,00	2,00	2,00
	Mode	2	1	2	2
	Std. Deviation	,427	,343	,486	,376
	Skewness	-1,294	2,213	-,568	-1,835
	Std. Error of Skewness	,309	,309	,309	,309
	Kurtosis	-,339	2,996	-1,737	1,413
	Std. Error of Kurtosis	,608	,608	,608	,608
	Sum	106	68	98	110

Statistics

		¿Alguna vez has leído una revista digital?	¿Conoces la revista digital Tú en Línea?	¿Conoces la revista digital Tendencias 21?	¿Conoces la revista digital ProDavinci?
N	Valid	60	0	0	2
	Missing	0	60	60	58
	Mean	1,50			1,00
	Median	1,50			1,00
	Mode	1 ^a			1
	Std. Deviation	,504			,000
	Skewness	,000			
	Std. Error of Skewness	,309			
	Kurtosis	-2,070			
	Std. Error of Kurtosis	,608			
	Sum	90			2

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Statistics

		¿Conoces la revista digital ZP Magazine?	¿Conoces la revista digital Distorxion?	¿Conoces la revista digital Bazar?	¿Conoces la revista digital Vouge?
N	Valid	0	0	0	2
	Missing	60	60	60	58

ANEXOS E

Mean				1,00
Median				1,00
Mode				1
Std. Deviation				,000
Sum				2

Statistics

		¿Conoces la revista digital IFAB?	¿Conoces la revista digital CyZone?	¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?	¿Conoces la revista digital BBC?
N	Valid	0	0	2	0
	Missing	60	60	58	60
	Mean			1,00	
	Median			1,00	
	Mode			1	
	Std. Deviation			,000	
	Sum			2	

Statistics

		¿Conoces la revista digital Interamericana de Bibliotecología?	¿Conoces la revista digital Entre Rayas?	¿Conoces la revista digital Metapolítica?	¿Conoces la revista digital Ecoinvest?
N	Valid	0	0	0	0
	Missing	60	60	60	60

Statistics

		¿Conoces la revista digital Glamour?	¿Conoces la revista digital PC World?	¿Conoces la revista digital PCmagazine?	¿Conoces la revista digital Exceso?
N	Valid	1	0	1	0
	Missing	59	60	59	60
	Mean	1,00		1,00	

ANEXOS E

Median	1,00		1,00	
Mode	1		1	
Sum	1		1	

Statistics

		¿Conoces la revista digital Mecánica Popular?	¿Conoces la revista digital Sport Life?	¿Conoces la revista digital Hola?	¿Conoces la revista digital Geociencias?
N	Valid	0	0	0	0
	Missing	60	60	60	60

Statistics

		¿Conoces la revista digital Estampas?	¿Conoces la revista digital Psicología Científica?	¿Conoces la revista digital Psicología on Line?	¿Conoces la revista digital El Salmón?
N	Valid	0	0	0	0
	Missing	60	60	60	60

Statistics

		¿Conoces la revista digital Orbis?	¿Conoces la revista digital Negotium?	¿Conoces la revista digital Guayoyo en Letras?	¿Conoces la revista digital Factum?
N	Valid	3	1	3	1
	Missing	57	59	57	59
	Mean	1,00	1,00	1,00	1,00
	Median	1,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	1	1	1	1
	Std. Deviation	,000		,000	
	Std. Error of Skewness	1,225		1,225	
	Sum	3	1	3	1

ANEXOS E

Statistics

		¿Conoces la revista digital Vanity Fair?	¿Conoces la revista digital Photomagazine?	¿Conoces la revista digital Muheve?	¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?
N	Valid	1	1	1	1
	Missing	59	59	59	59
	Mean	1,00	1,00	1,00	1,00
	Median	1,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	1	1	1	1
	Sum	1	1	1	1

Statistics

		¿Conoces la revista digital Pijama Surf?	¿Conoces la revista digital Letralia?	¿Conoces la revista digital Dialnet?	¿Conoces la revista digital Plátano Verde?
N	Valid	1	1	1	1
	Missing	59	59	59	59
	Mean	1,00	1,00	1,00	1,00
	Median	1,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	1	1	1	1
	Sum	1	1	1	1

Statistics

		¿Conoces la revista digital Comunicación?	¿Conoces la revista digital The Daily?	¿Conoces la revista digital Economist?	¿Conoces la revista digital Time?
N	Valid	1	1	1	1
	Missing	59	59	59	59
	Mean	1,00	1,00	1,00	1,00
	Median	1,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	1	1	1	1
	Sum	1	1	1	1

ANEXOS E

Statistics

		¿Conoces la revista digital Razor Monkey?	¿Conoces la revista digital Vida Extrema?	¿Conoces la revista digital Rolling Stone Magazine?	¿Conoces la revista digital Marca?
N	Valid	1	0	0	0
	Missing	59	60	60	60
	Mean	1,00			
	Median	1,00			
	Mode	1			
	Sum	1			

Statistics

		¿Conoces la revista digital 7 Capas?	¿Conoces la revista digital Urbe Bikini?	¿Conoces la revista digital LaDoce?	¿Conoces la revista digital Acceso Directv?
N	Valid	0	0	0	0
	Missing	60	60	60	60

Statistics

		¿Conoces la revista digital Prisma?	¿Conoces la revista digital BussinesWeek?	¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?
N	Valid	0	0	52	52
	Missing	60	60	8	8
	Mean			1,69	1,33
	Median			2,00	1,00
	Mode			2	1
	Std. Deviation			,466	,474
	Skewness			-,858	,760
	Std. Error of Skewness			,330	,330
	Kurtosis			-1,315	-1,481

ANEXOS E

Std. Error of Kurtosis			,650	,650
Sum			88	69

Statistics

		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?
N	Valid	52	54	54	54
	Missing	8	6	6	6
	Mean	1,92	2,00	1,43	1,41
	Median	2,00	2,00	1,00	1,00
	Mode	2	2	1	1
	Std. Deviation	,269	,000	,499	,496
	Skewness	-3,271		,308	,388
	Std. Error of Skewness	,330	,325	,325	,325
	Kurtosis	9,043		-1,980	-1,922
	Std. Error of Kurtosis	,650	,639	,639	,639
	Sum	100	108	77	76

Statistics

		¿Conoces el término Underground?	¿Te identificas con este estilo?	¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?	¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?
N	Valid	60	60	60	60
	Missing	0	0	0	0
	Mean	1,10	1,68	1,33	1,57
	Median	1,00	2,00	1,00	2,00
	Mode	1	2	1	2
	Std. Deviation	,303	,469	,475	,500
	Skewness	2,736	-,809	,725	-,276
	Std. Error of Skewness	,309	,309	,309	,309
	Kurtosis	5,671	-1,394	-1,526	-1,991

ANEXOS E

Std. Error of Kurtosis	,608	,608	,608	,608
Sum	66	101	80	94

Statistics

		¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?	¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?	¿No has asistido a ninguno?	¿Leerías una revista digital de corte underground?
N	Valid	60	60	60	60
	Missing	0	0	0	0
	Mean	1,88	1,98	1,77	1,23
	Median	2,00	2,00	2,00	1,00
	Mode	2	2	2	1
	Std. Deviation	,324	,129	,427	,427
	Skewness	-2,450	-7,746	-1,294	1,294
	Std. Error of Skewness	,309	,309	,309	,309
	Kurtosis	4,139	60,000	-,339	-,339
	Std. Error of Kurtosis	,608	,608	,608	,608
	Sum	113	119	106	74

Statistics

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?
N	Valid	46	46	46	46
	Missing	14	14	14	14
	Mean	1,20	1,39	1,59	1,50
	Median	1,00	1,00	2,00	1,50
	Mode	1	1	2	1 ^a
	Std. Deviation	,401	,493	,498	,506
	Skewness	1,587	,461	-,365	,000

ANEXOS E

Std. Error of Skewness	,350	,350	,350	,350
Kurtosis	,539	-1,871	-1,954	-2,093
Std. Error of Kurtosis	,688	,688	,688	,688
Sum	55	64	73	69

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Statistics

	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?
N				
Valid	46	46	46	46
Missing	14	14	14	14
Mean	1,89	1,87	1,54	1,11
Median	2,00	2,00	2,00	1,00
Mode	2	2	2	1
Std. Deviation	,315	,341	,504	,526
Skewness	-2,600	-2,269	-,181	,140
Std. Error of Skewness	,350	,350	,350	,350
Kurtosis	4,974	3,291	-2,059	,676
Std. Error of Kurtosis	,688	,688	,688	,688
Sum	87	86	71	51

Statistics

	¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?	¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?
N		
Valid	46	46
Missing	14	14
Mean	2,17	1,20
Median	2,00	1,00

ANEXOS E

Mode	3	1
Std. Deviation	,926	,401
Skewness	-,011	1,587
Std. Error of Skewness	,350	,350
Kurtosis	-1,237	,539
Std. Error of Kurtosis	,688	,688
Sum	100	55

Frequency Table

Edad					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16	1	1,7	1,7	1,7
	18	1	1,7	1,7	3,3
	19	6	10,0	10,0	13,3
	20	3	5,0	5,0	18,3
	21	5	8,3	8,3	26,7
	22	11	18,3	18,3	45,0
	23	17	28,3	28,3	73,3
	24	8	13,3	13,3	86,7
	25	4	6,7	6,7	93,3
	26	3	5,0	5,0	98,3
	32	1	1,7	1,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Sexo					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Masculino	23	38,3	38,3	38,3

ANEXOS E

Femenino	37	61,7	61,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

¿Usas Internet?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	60	100,0	100,0	100,0

¿Lees revistas?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	60	100,0	100,0	100,0

¿Qué tipo de revistas prefieres leer?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Especializadas	19	31,7	31,7	31,7
Variedades	23	38,3	38,3	70,0
Políticas	3	5,0	5,0	75,0
Deportivas	8	13,3	13,3	88,3
De Actualidad	7	11,7	11,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

¿Posees Internet en tu casa?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	60	100,0	100,0	100,0

¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

ANEXOS E

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Diariamente	56	93,3	93,3	93,3
	De 2 a 4 días a la semana	2	3,3	3,3	96,7
	1 día a la semana	1	1,7	1,7	98,3
	Menos de 1 día a la semana	1	1,7	1,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿Visitas páginas Web informativas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	49	81,7	81,7	81,7
	No	11	18,3	18,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿Visitas páginas Web educativas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	14	23,3	23,3	23,3
	No	46	76,7	76,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿Visitas redes sociales?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	52	86,7	86,7	86,7
	No	8	13,3	13,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿Visitas páginas Web culturales?

ANEXOS E

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	22	36,7	36,7	36,7
	No	38	63,3	63,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿Visitas páginas Web corporativas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	10	16,7	16,7	16,7
	No	50	83,3	83,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿Alguna vez has leído una revista digital?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	30	50,0	50,0	50,0
	No	30	50,0	50,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿Conoces la revista digital Tú en Línea?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Tendencias 21?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital ProDavinci?

ANEXOS E

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	2	3,3	100,0	100,0
Missing	System	58	96,7		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital ZP Magazine?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Distoxion?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Bazar?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Vouge?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	2	3,3	100,0	100,0
Missing	System	58	96,7		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital IFAB?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

ANEXOS E

¿Conoces la revista digital CyZone?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	2	3,3	100,0	100,0
Missing	System	58	96,7		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital BBC?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Interamericana de Bibliotecología?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Entre Rayas?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Metapolítica?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

ANEXOS E

¿Conoces la revista digital Ecoinvest?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Glamour?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital PC World?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital PCmagazine?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Exceso?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Mecánica Popular?

ANEXOS E

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Sport Life?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Hola?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Geociencias?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Estampas?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Psicología Científica?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Psicología on Line?

	Frequency	Percent

ANEXOS E

¿Conoces la revista digital Psicología on

Line?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital El Salmón?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Orbis?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	3	5,0	100,0	100,0
Missing System	57	95,0		
Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Negotium?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing System	59	98,3		
Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Guayoyo en Letras?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	3	5,0	100,0	100,0
Missing System	57	95,0		
Total	60	100,0		

ANEXOS E

¿Conoces la revista digital Factum?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Vanity Fair?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Photomagazine?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Muheve?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?

ANEXOS E

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Pijama Surf?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Letralia?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Dialnet?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Plátano Verde?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0

ANEXOS E

Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Comunicación?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital The Daily?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Economist?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Time?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

ANEXOS E

¿Conoces la revista digital Razor Monkey?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Vida Extrema?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Rolling Stone Magazine?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Marca?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital 7 Capas?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Urbe Bikini?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

ANEXOS E

¿Conoces la revista digital LaDoce?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Acceso Directv?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Prisma?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital BussinesWeek?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	16	26,7	30,8	30,8
	2	36	60,0	69,2	100,0
	Total	52	86,7	100,0	
Missing	System	8	13,3		
	Total	60	100,0		

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

ANEXOS E

Valid	Sí	35	58,3	67,3	67,3
	2	17	28,3	32,7	100,0
	Total	52	86,7	100,0	
Missing	System	8	13,3		
	Total	60	100,0		

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	4	6,7	7,7	7,7
	2	48	80,0	92,3	100,0
	Total	52	86,7	100,0	
Missing	System	8	13,3		
	Total	60	100,0		

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	54	90,0	100,0	100,0
Missing	System	6	10,0		
	Total	60	100,0		

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	31	51,7	57,4	57,4
	2	23	38,3	42,6	100,0
	Total	54	90,0	100,0	
Missing	System	6	10,0		
	Total	60	100,0		

ANEXOS E

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	32	53,3	59,3	59,3
	2	22	36,7	40,7	100,0
	Total	54	90,0	100,0	
Missing	System	6	10,0		
	Total	60	100,0		

¿Conoces el término Underground?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	54	90,0	90,0	90,0
	No	6	10,0	10,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿Te identificas con este estilo?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	19	31,7	31,7	31,7
	No	41	68,3	68,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	40	66,7	66,7	66,7
	2	20	33,3	33,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

ANEXOS E

¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	26	43,3	43,3	43,3
	2	34	56,7	56,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	7	11,7	11,7	11,7
	2	53	88,3	88,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	1,7	1,7
	2	59	98,3	98,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿No has asistido a ninguno?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	14	23,3	23,3	23,3
	2	46	76,7	76,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿Leerías una revista digital de corte underground?

ANEXOS E

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	46	76,7	76,7	76,7
	2	14	23,3	23,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	37	61,7	80,4	80,4
	2	9	15,0	19,6	100,0
	Total	46	76,7	100,0	
Missing	System	14	23,3		
	Total	60	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	28	46,7	60,9	60,9
	2	18	30,0	39,1	100,0
	Total	46	76,7	100,0	
Missing	System	14	23,3		
	Total	60	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	19	31,7	41,3	41,3
	2	27	45,0	58,7	100,0

ANEXOS E

	Total	46	76,7	100,0
Missing	System	14	23,3	
	Total	60	100,0	

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de
Diseño?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	23	38,3	50,0	50,0
	2	23	38,3	50,0	100,0
	Total	46	76,7	100,0	
Missing	System	14	23,3		
	Total	60	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de
Danza?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	5	8,3	10,9	10,9
	2	41	68,3	89,1	100,0
	Total	46	76,7	100,0	
Missing	System	14	23,3		
	Total	60	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de
Orfebrería?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	6	10,0	13,0	13,0
	2	40	66,7	87,0	100,0
	Total	46	76,7	100,0	
Missing	System	14	23,3		

ANEXOS E

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	6	10,0	13,0	13,0
	2	40	66,7	87,0	100,0
	Total	46	76,7	100,0	
Missing	System	14	23,3		
	Total	60	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	21	35,0	45,7	45,7
	2	25	41,7	54,3	100,0
	Total	46	76,7	100,0	
Missing	System	14	23,3		
	Total	60	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No	4	6,7	8,7	8,7
	Sí	33	55,0	71,7	80,4
	2	9	15,0	19,6	100,0
	Total	46	76,7	100,0	
Missing	System	14	23,3		
	Total	60	100,0		

¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

ANEXOS E

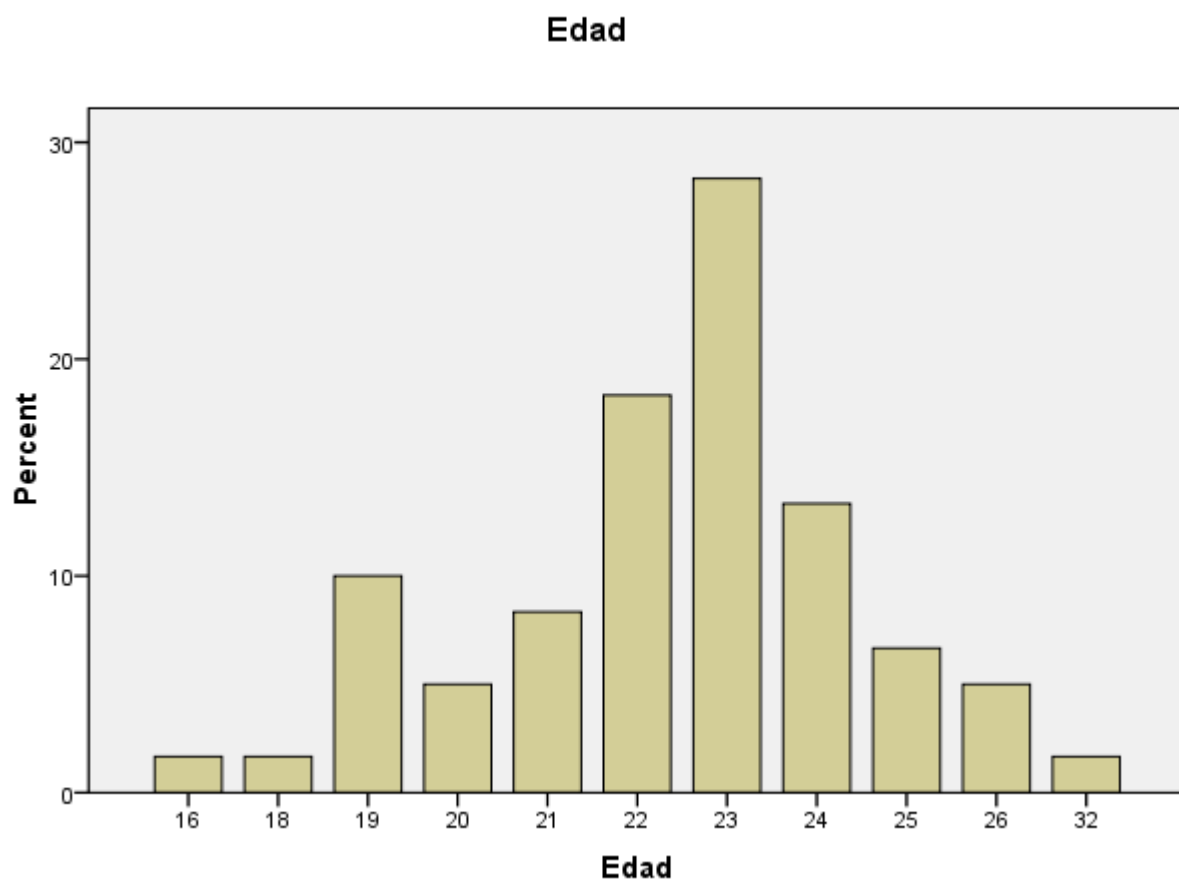
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Semanal	14	23,3	30,4	30,4
	Quincenal	12	20,0	26,1	56,5
	Mensual	18	30,0	39,1	95,7
	Bimestral	2	3,3	4,3	100,0
	Total	46	76,7	100,0	
Missing	System	14	23,3		
	Total	60	100,0		

¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

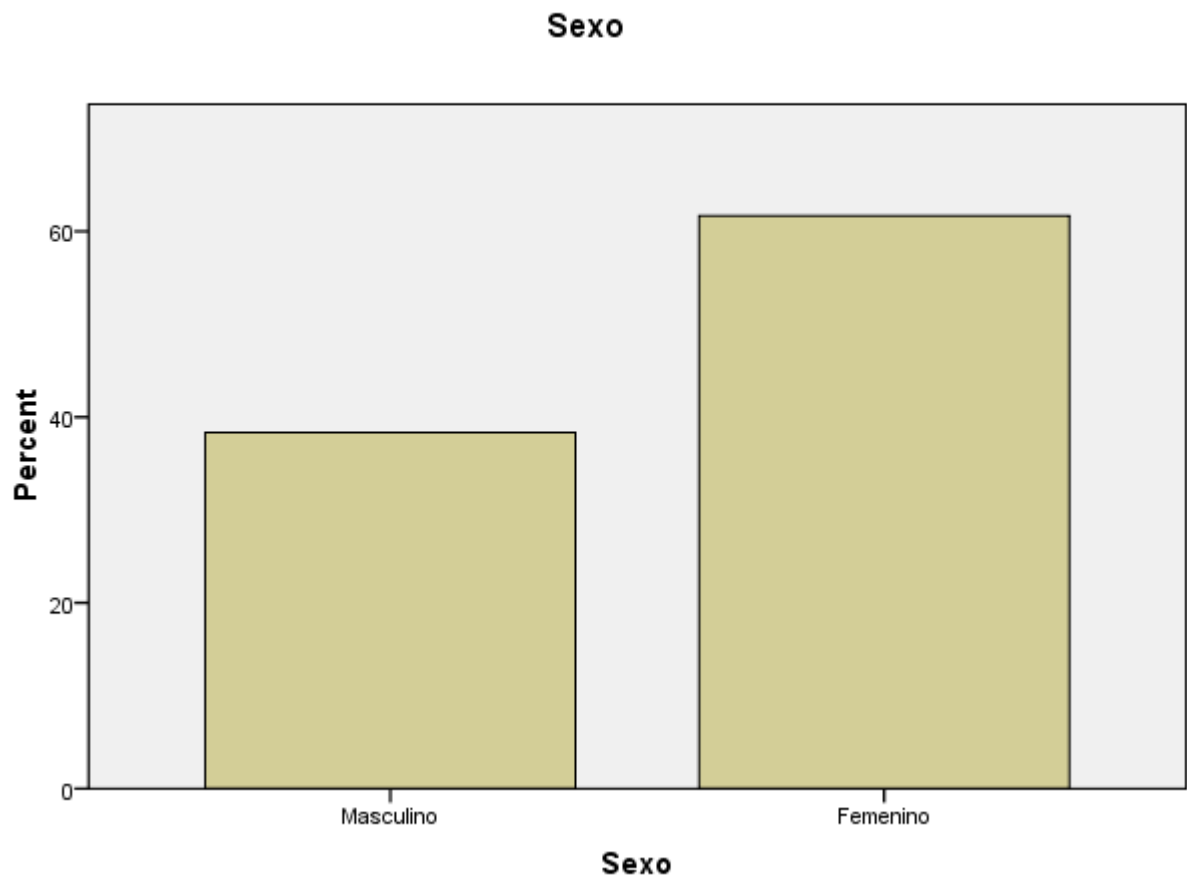
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	37	61,7	80,4	80,4
	No	9	15,0	19,6	100,0
	Total	46	76,7	100,0	
Missing	System	14	23,3		
	Total	60	100,0		

Bar Chart

ANEXOS E

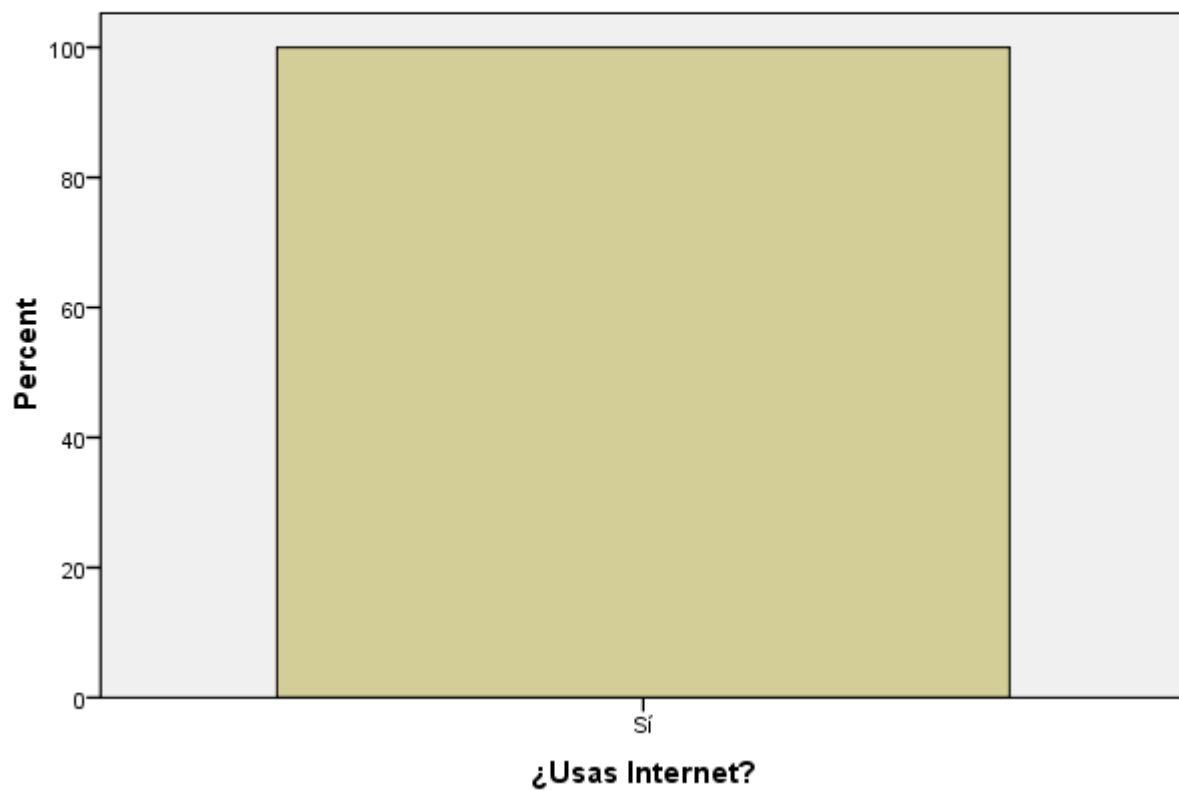


ANEXOS E



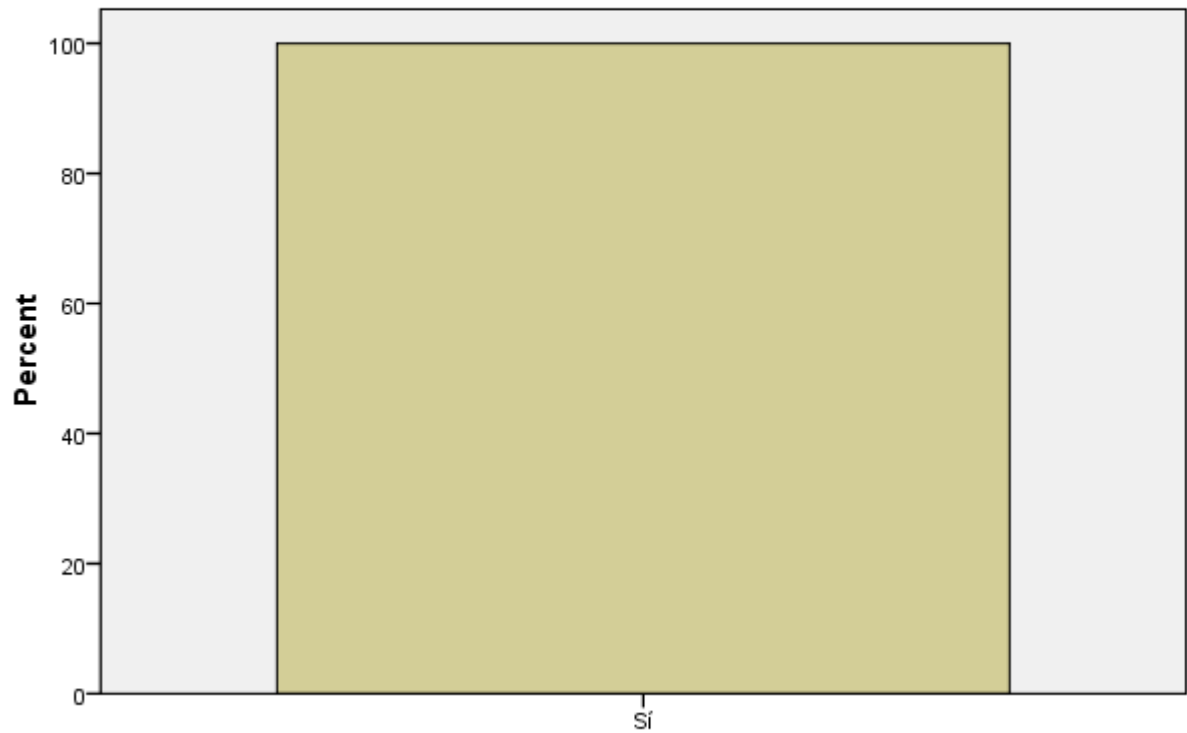
ANEXOS E

¿Usas Internet?



ANEXOS E

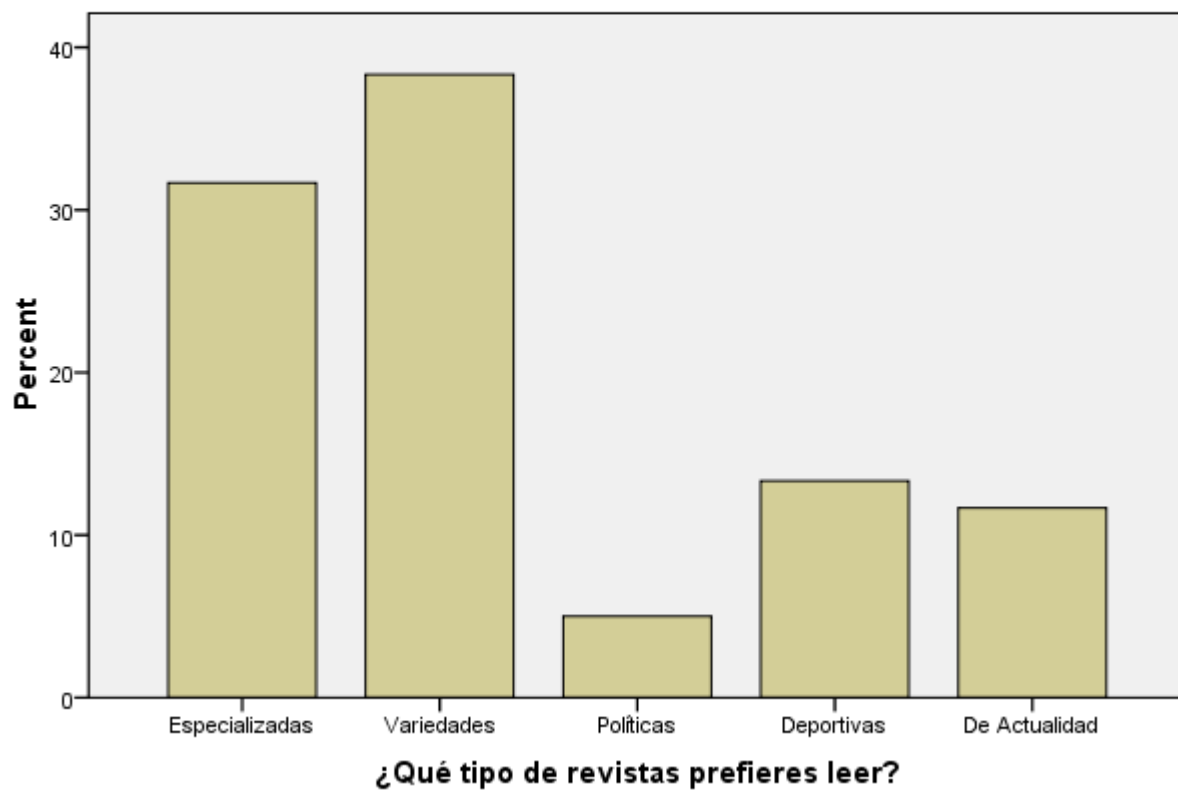
¿Lees revistas?



¿Lees revistas?

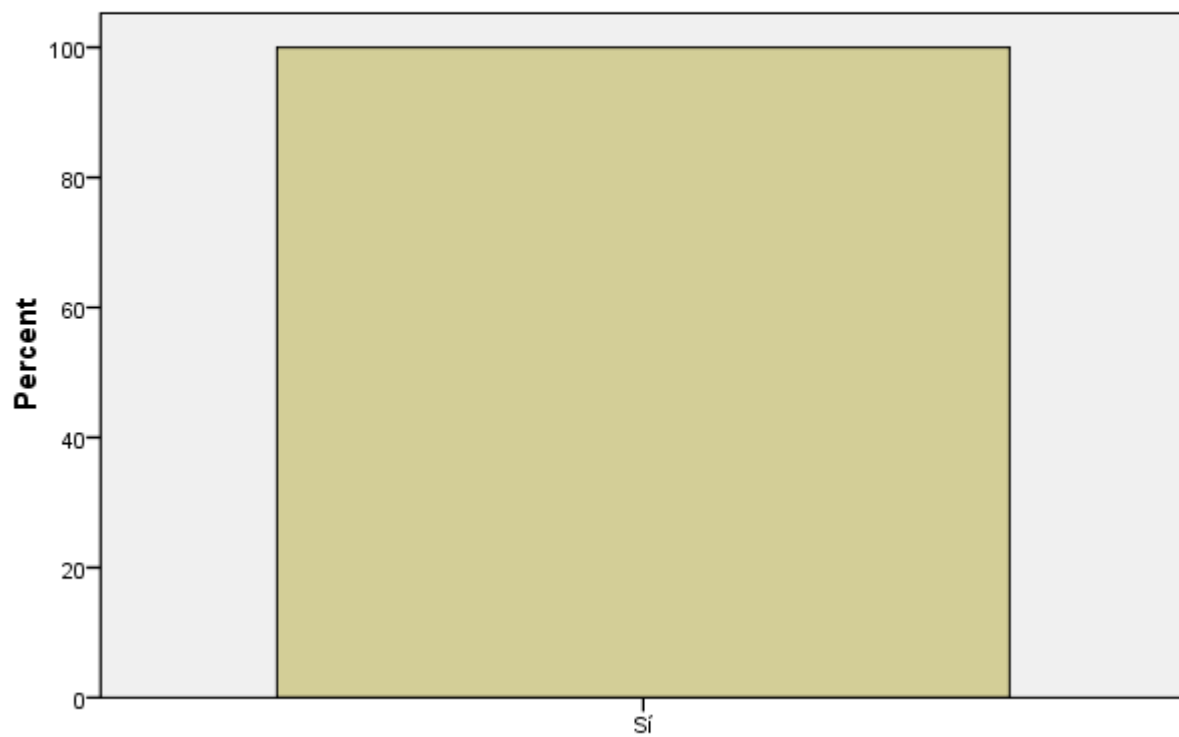
ANEXOS E

¿Qué tipo de revistas prefieres leer?



ANEXOS E

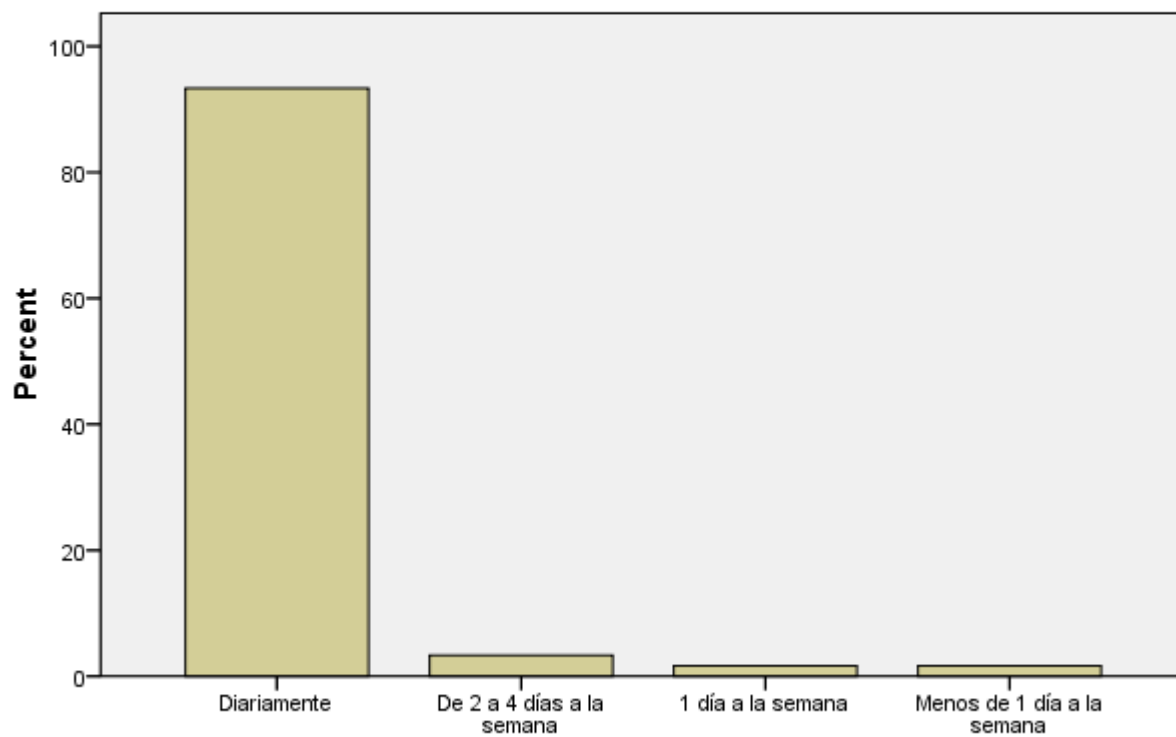
¿Posees Internet en tu casa?



¿Posees Internet en tu casa?

ANEXOS E

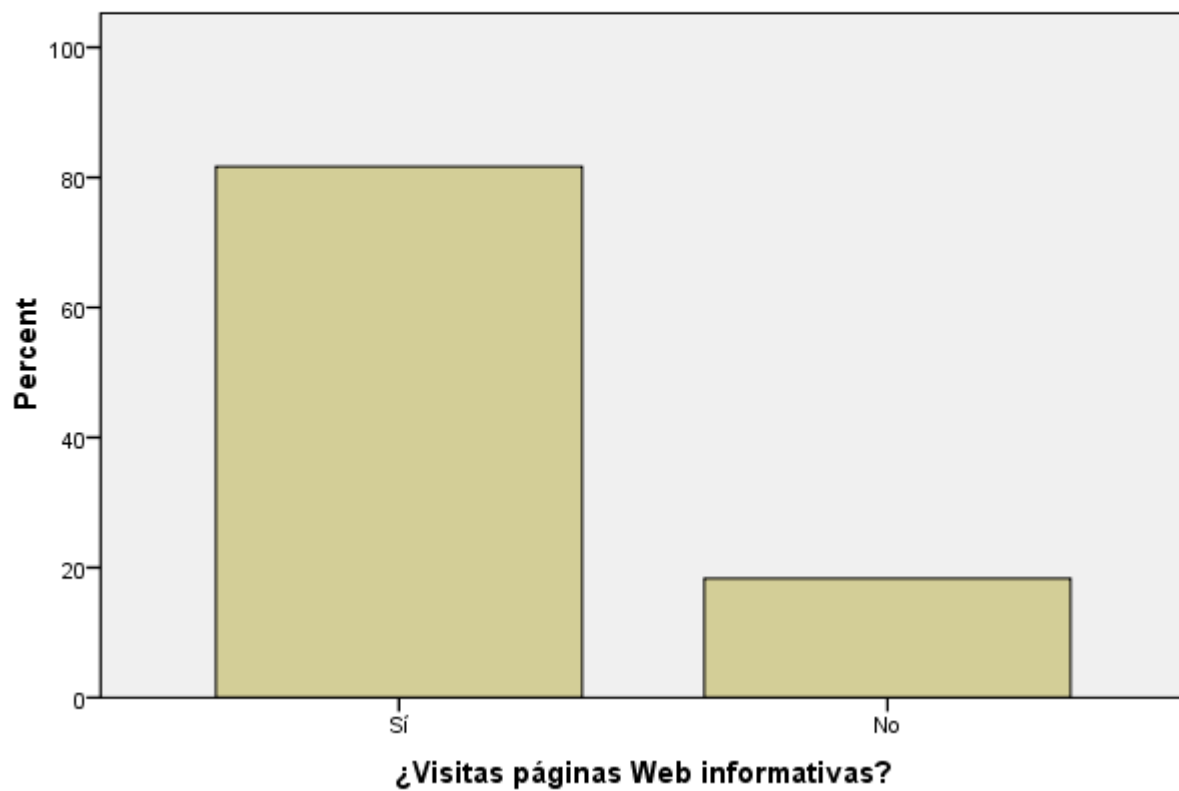
¿Con qué frecuencia utilizas Internet?



¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

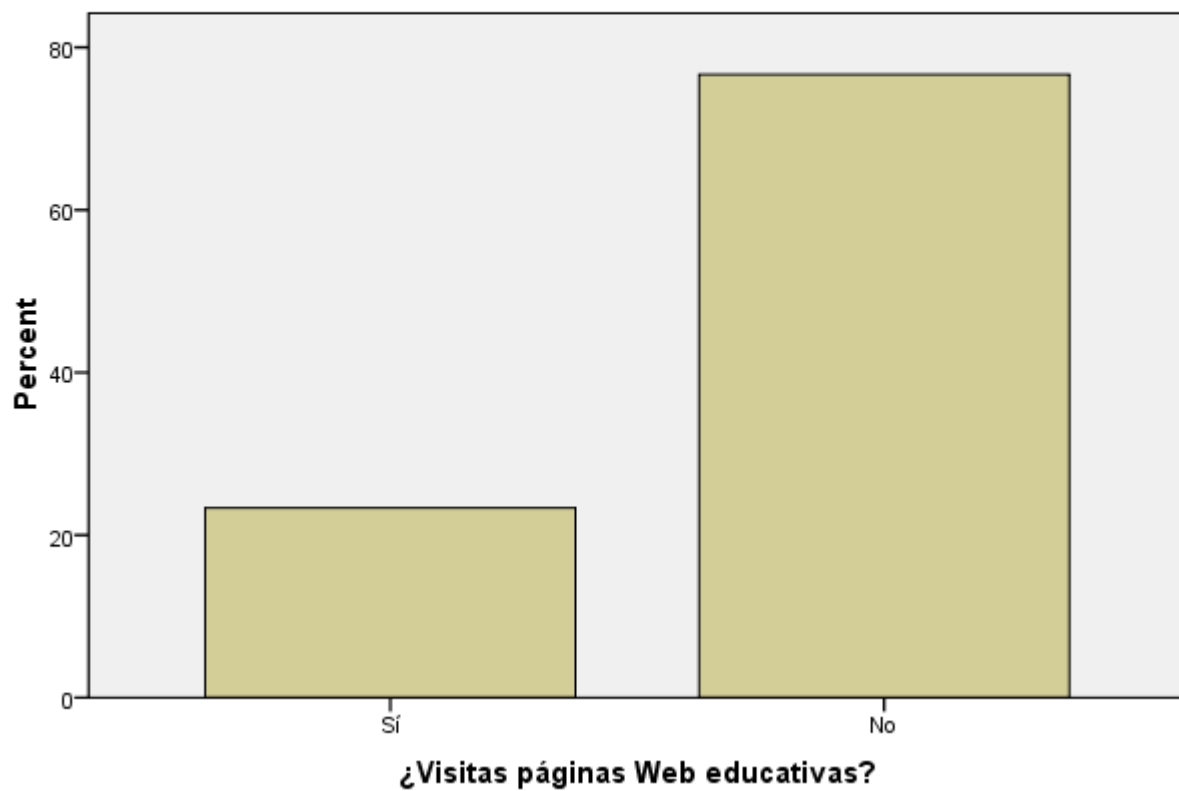
ANEXOS E

¿Visitas páginas Web informativas?



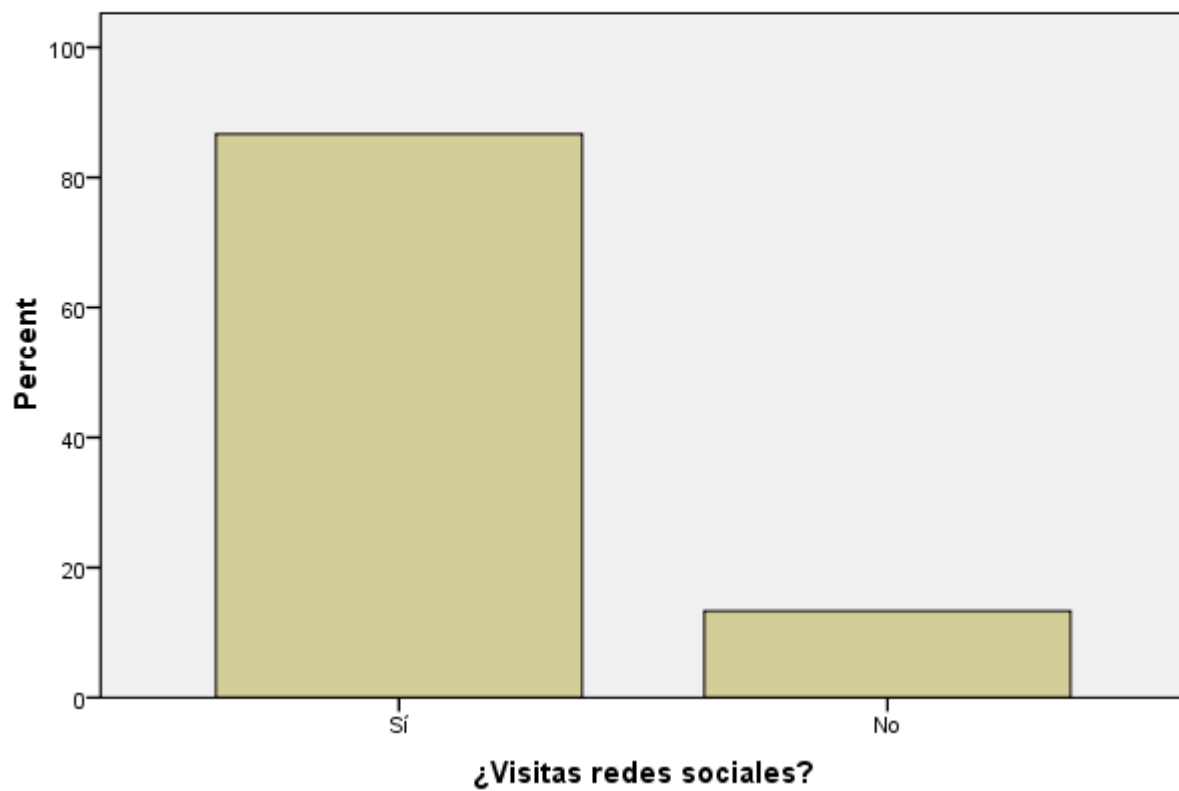
ANEXOS E

¿Visitas páginas Web educativas?



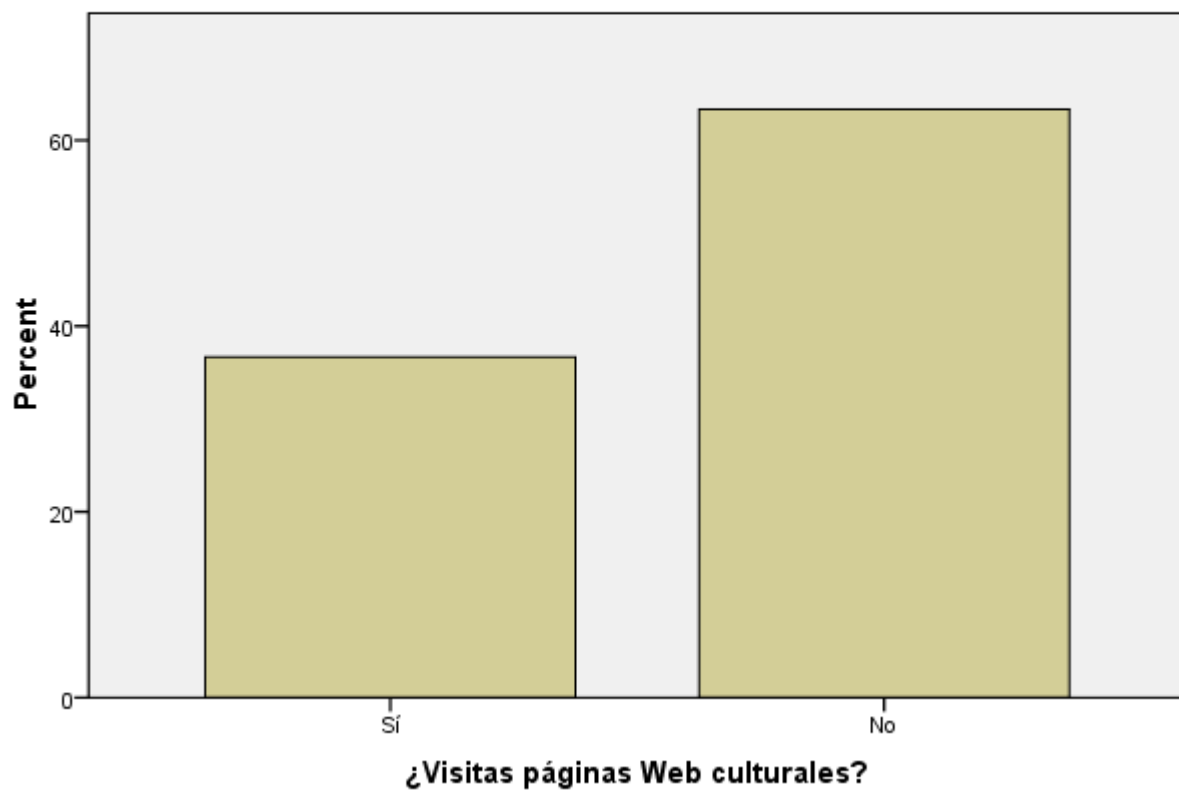
ANEXOS E

¿Visitas redes sociales?



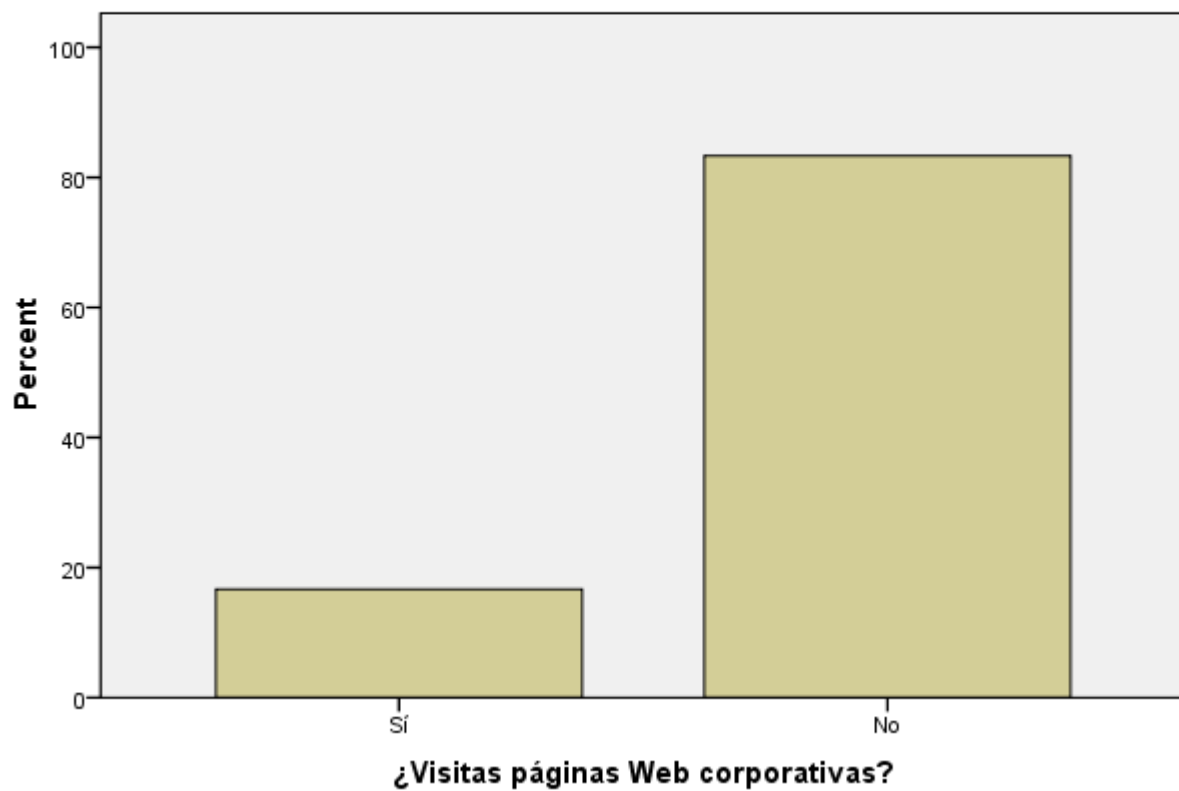
ANEXOS E

¿Visitas páginas Web culturales?



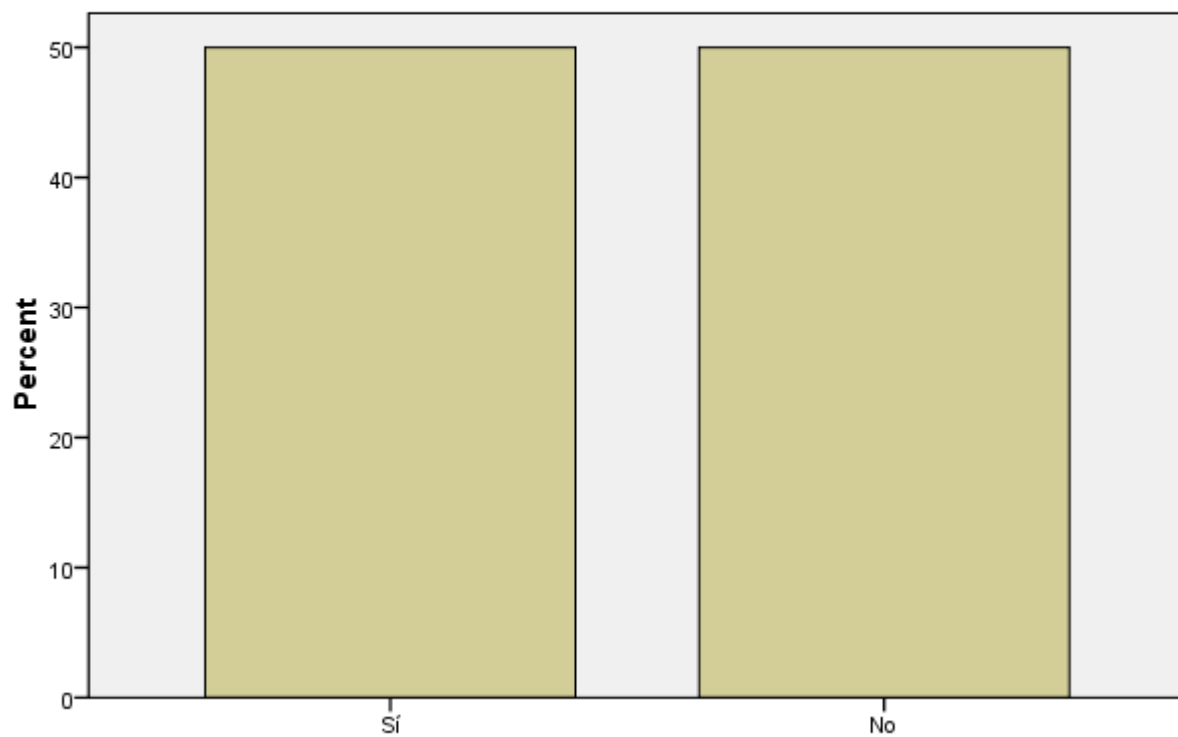
ANEXOS E

¿Visitas páginas Web corporativas?



ANEXOS E

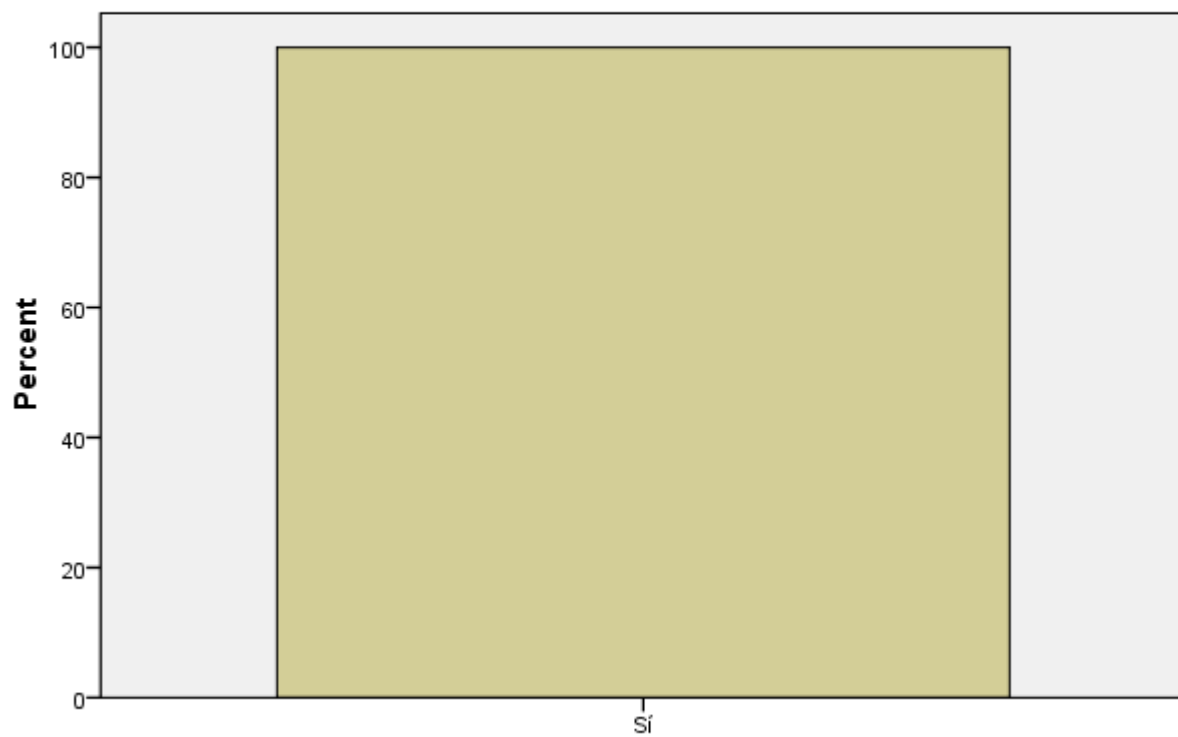
¿Alguna vez has leído una revista digital?



¿Alguna vez has leído una revista digital?

ANEXOS E

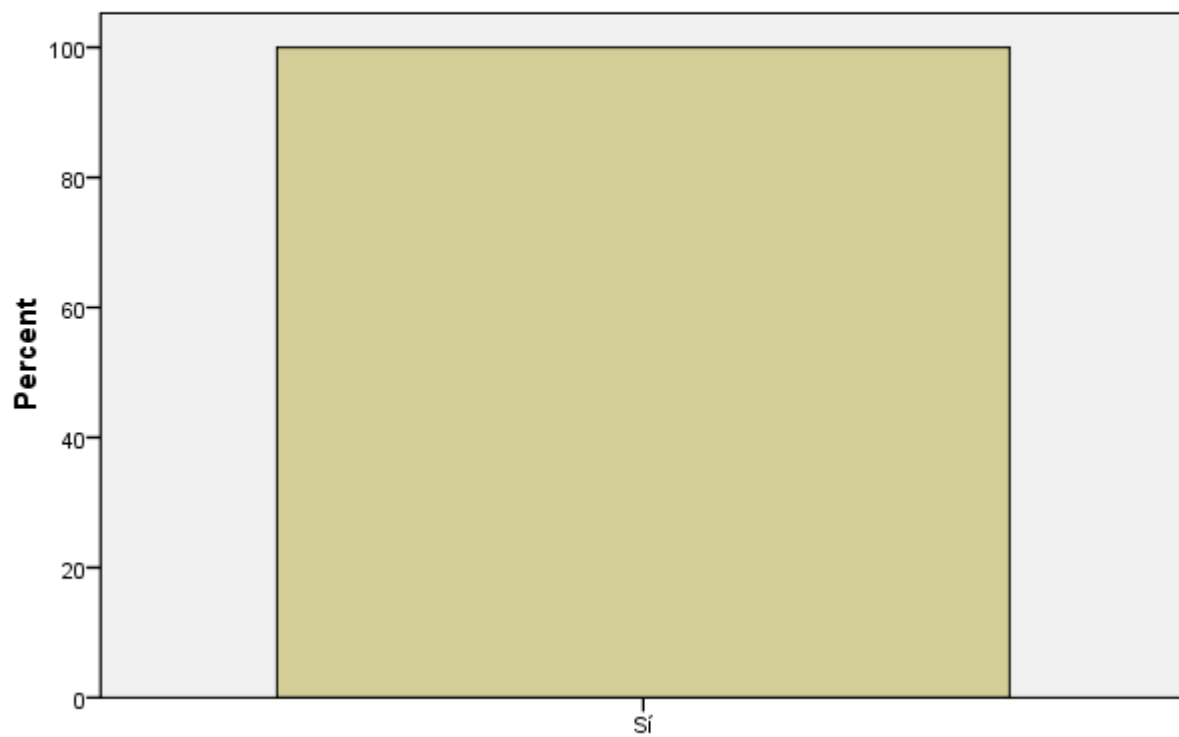
¿Conoces la revista digital ProDavinci?



¿Conoces la revista digital ProDavinci?

ANEXOS E

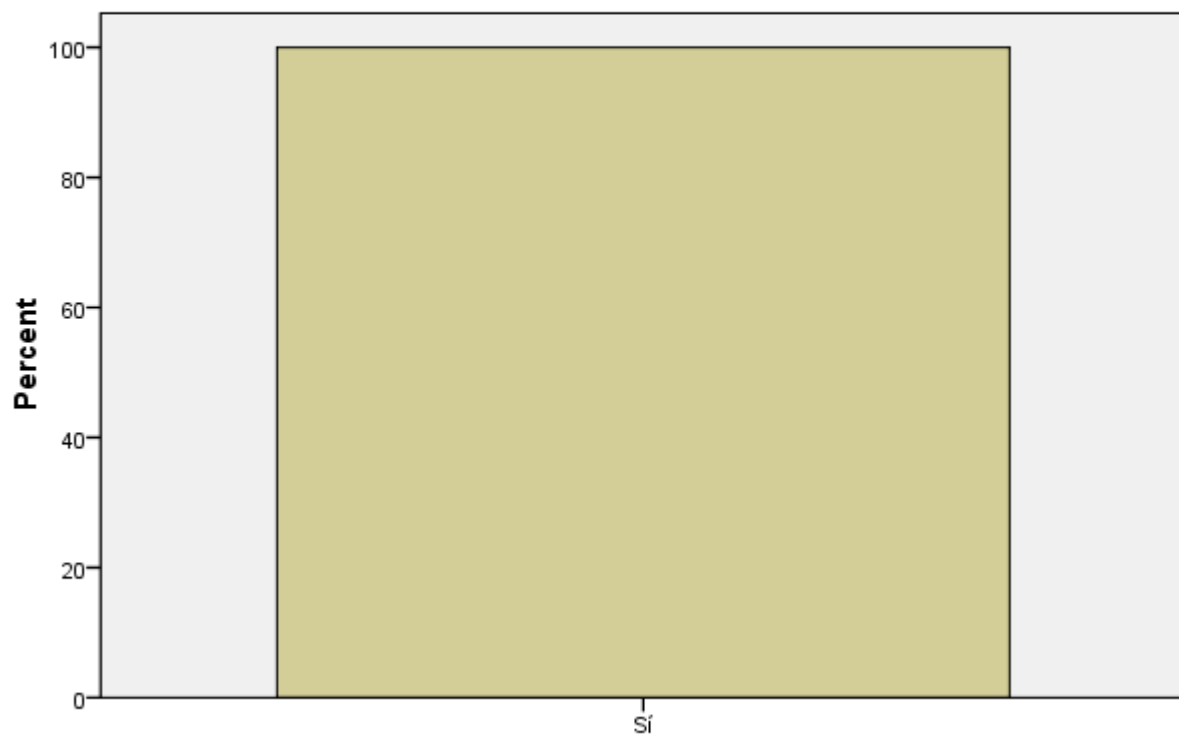
¿Conoces la revista digital Vouge?



¿Conoces la revista digital Vouge?

ANEXOS E

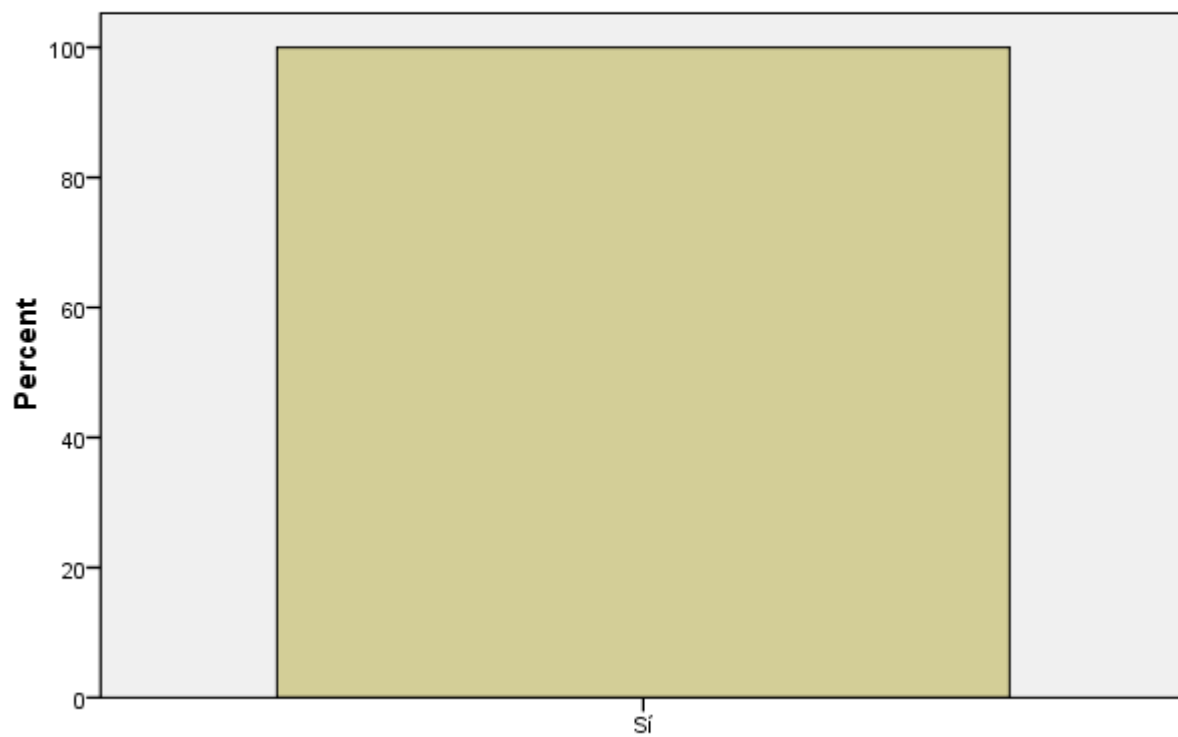
¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?



¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?

ANEXOS E

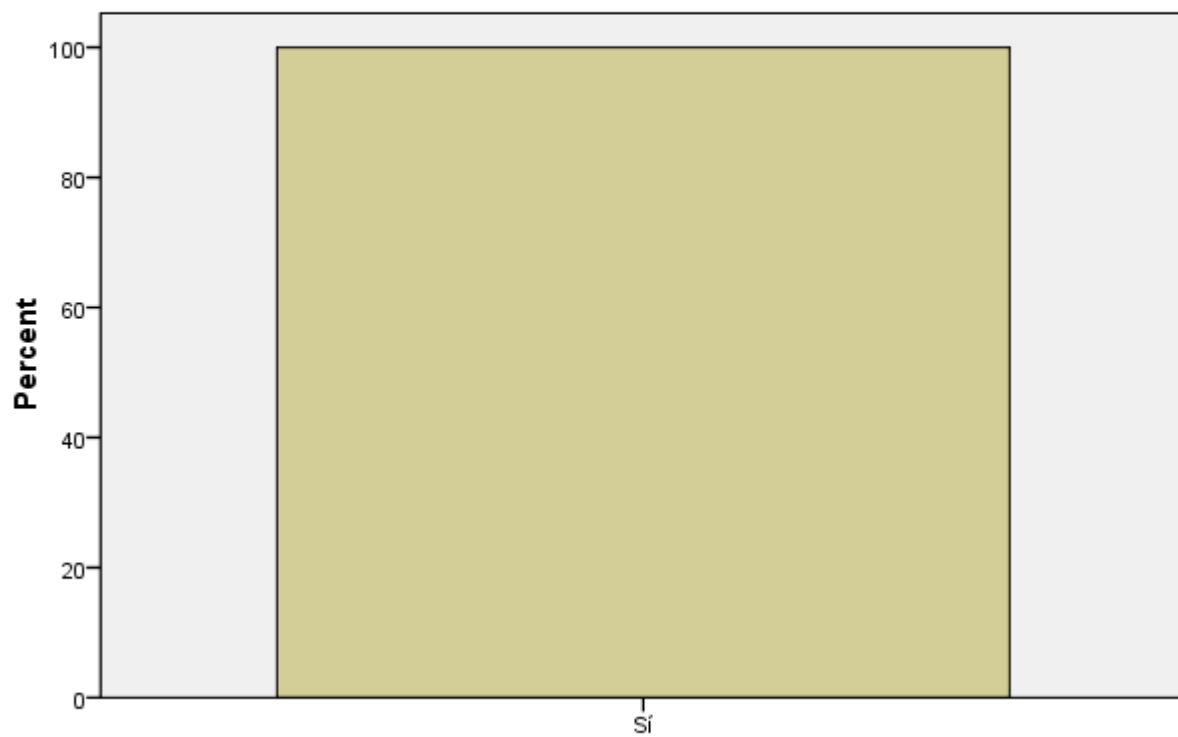
¿Conoces la revista digital Glamour?



¿Conoces la revista digital Glamour?

ANEXOS E

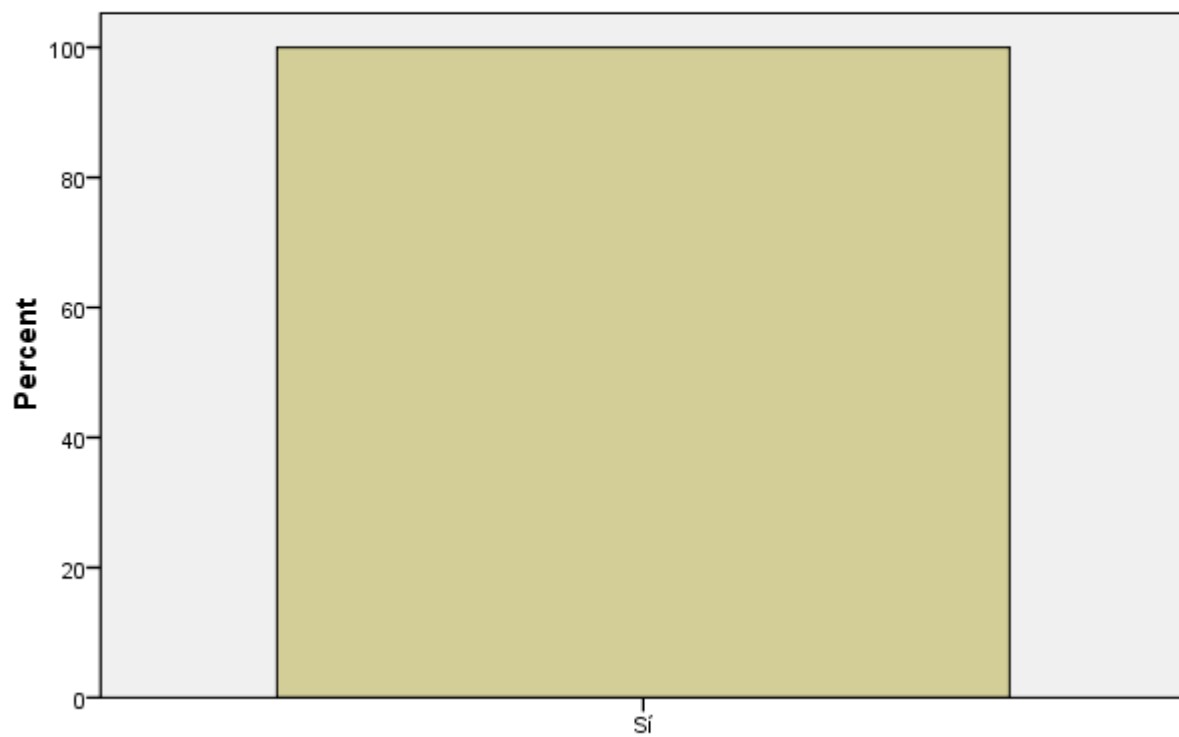
¿Conoces la revista digital PCmagazine?



¿Conoces la revista digital PCmagazine?

ANEXOS E

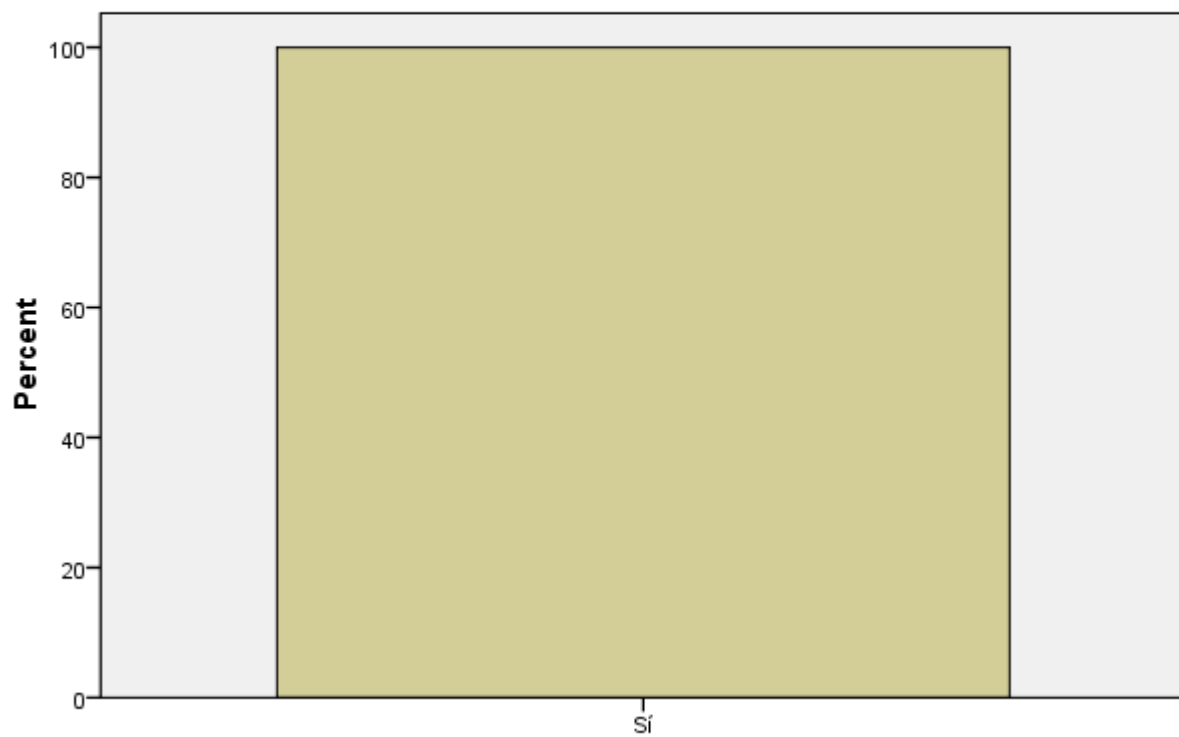
¿Conoces la revista digital Orbis?



¿Conoces la revista digital Orbis?

ANEXOS E

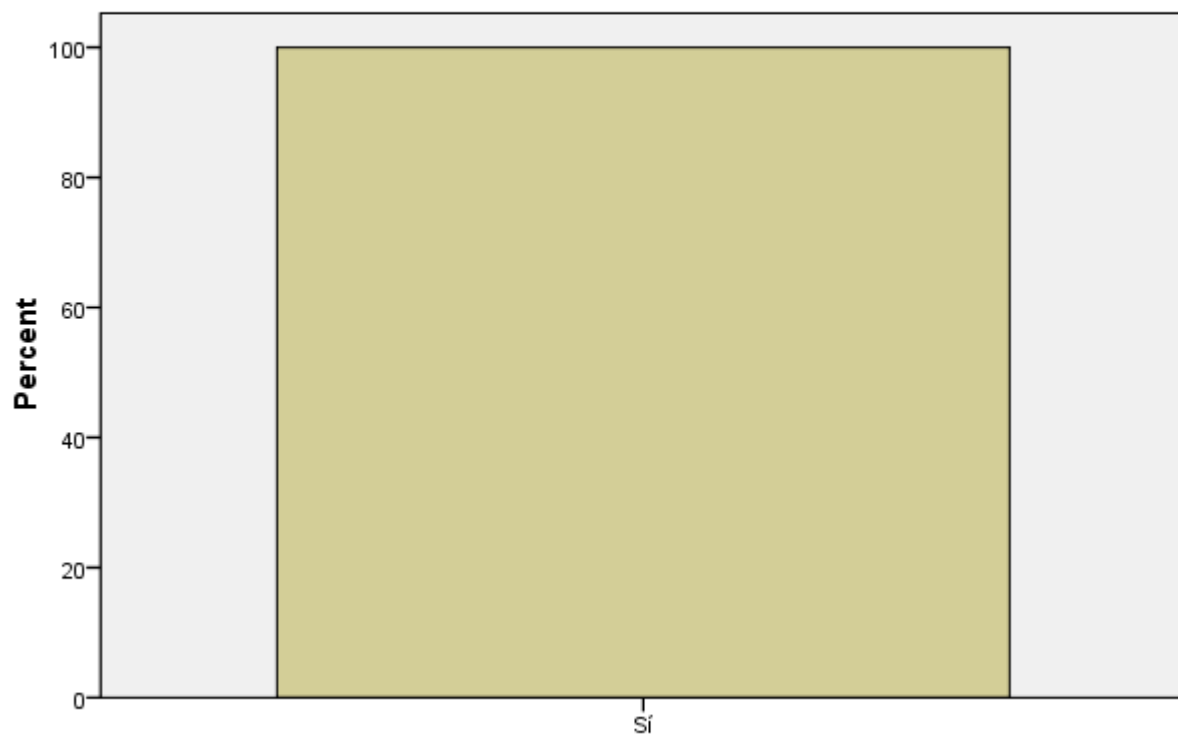
¿Conoces la revista digital Negotium?



¿Conoces la revista digital Negotium?

ANEXOS E

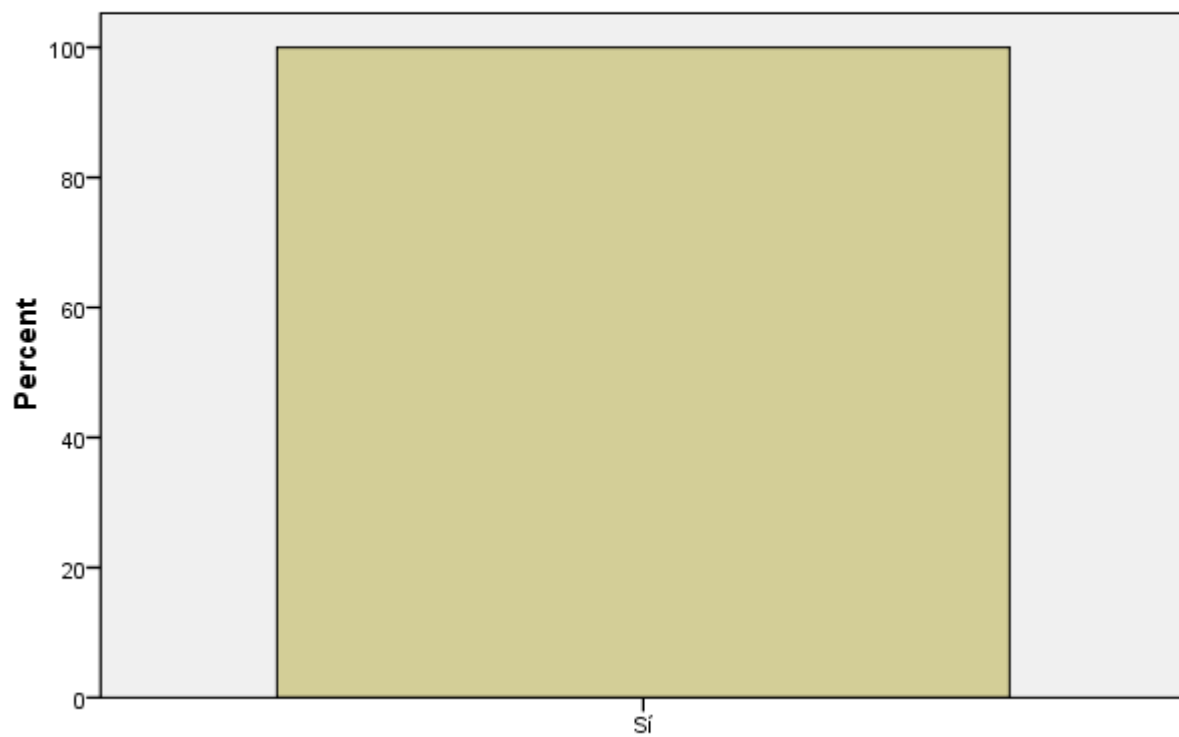
¿Conoces la revista digital Guayoyo en Letras?



¿Conoces la revista digital Guayoyo en Letras?

ANEXOS E

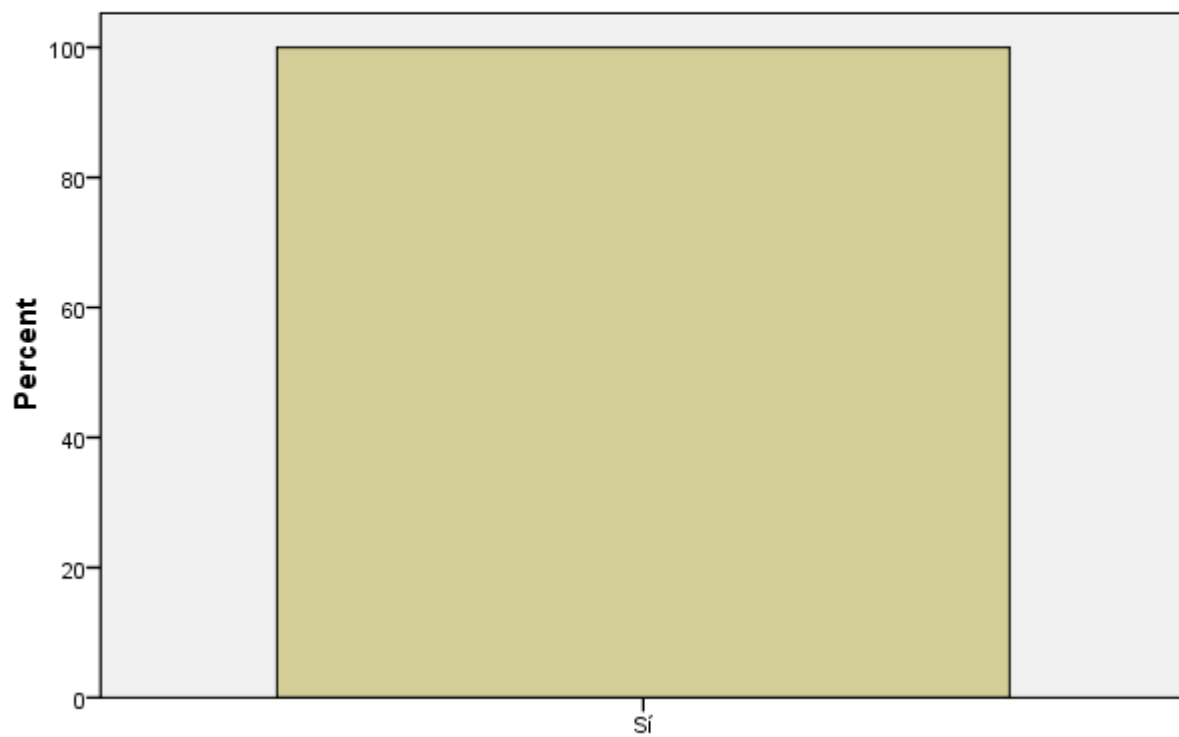
¿Conoces la revista digital Factum?



¿Conoces la revista digital Factum?

ANEXOS E

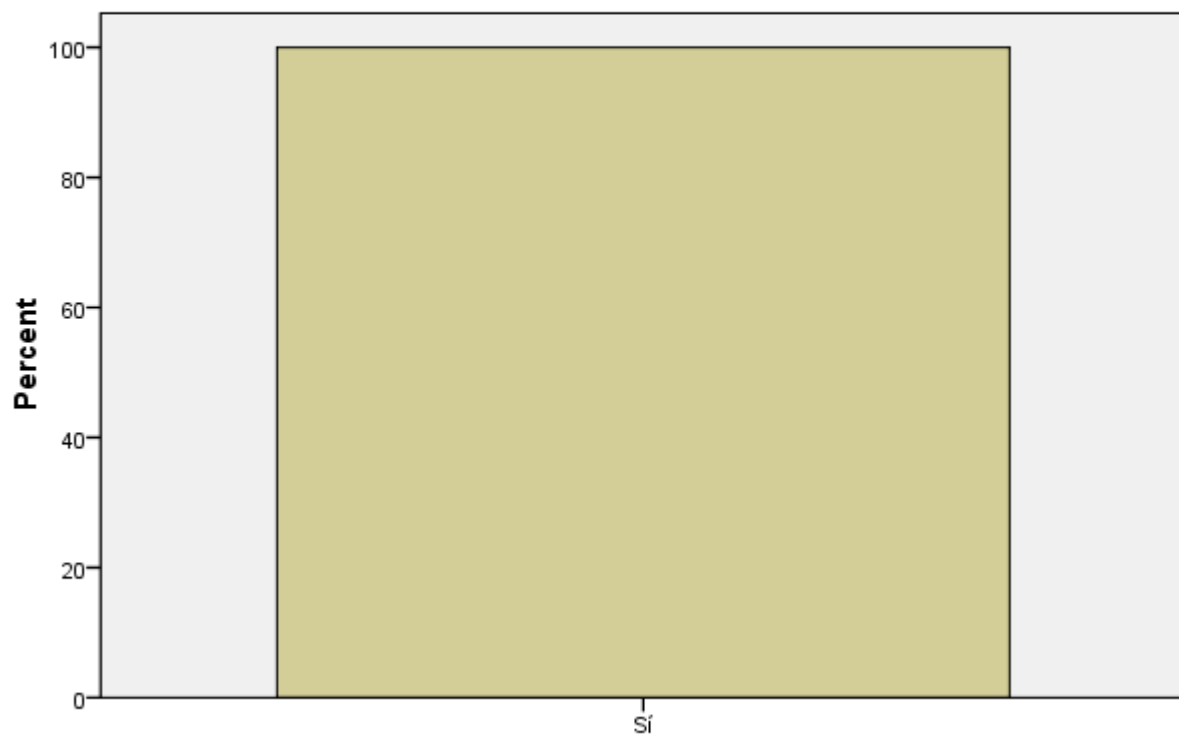
¿Conoces la revista digital Vanity Fair?



¿Conoces la revista digital Vanity Fair?

ANEXOS E

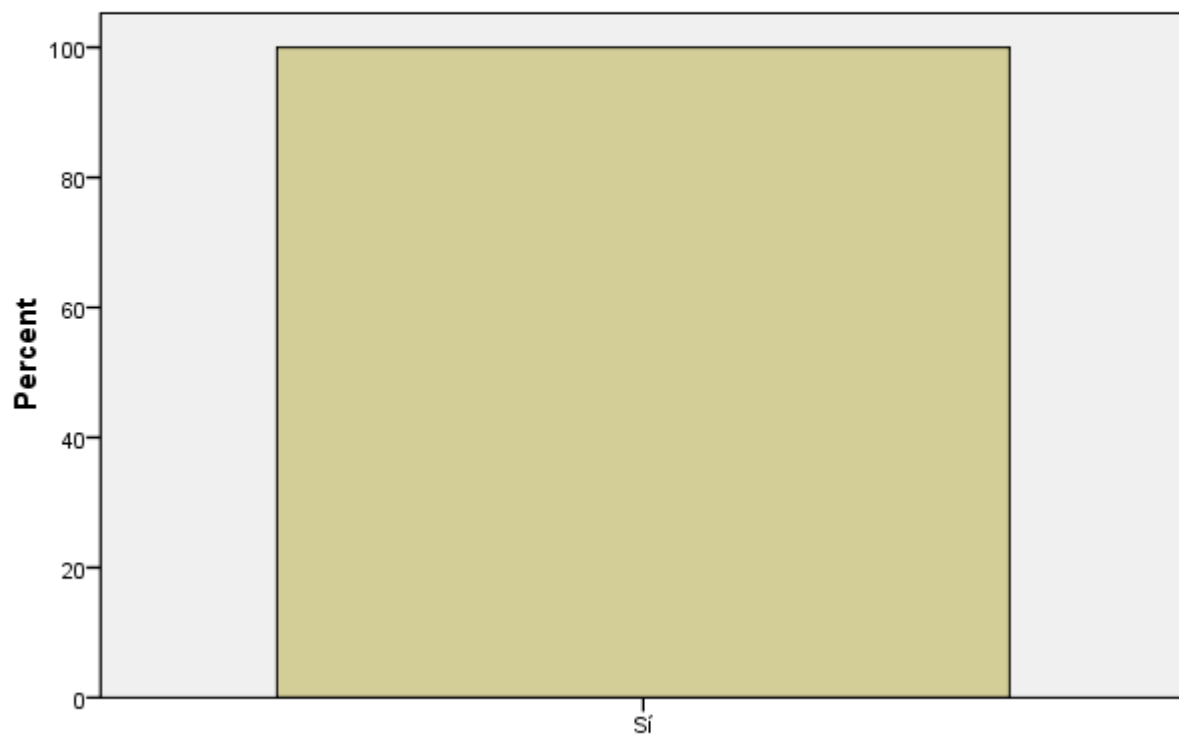
¿Conoces la revista digital Photomagazine?



¿Conoces la revista digital Photomagazine?

ANEXOS E

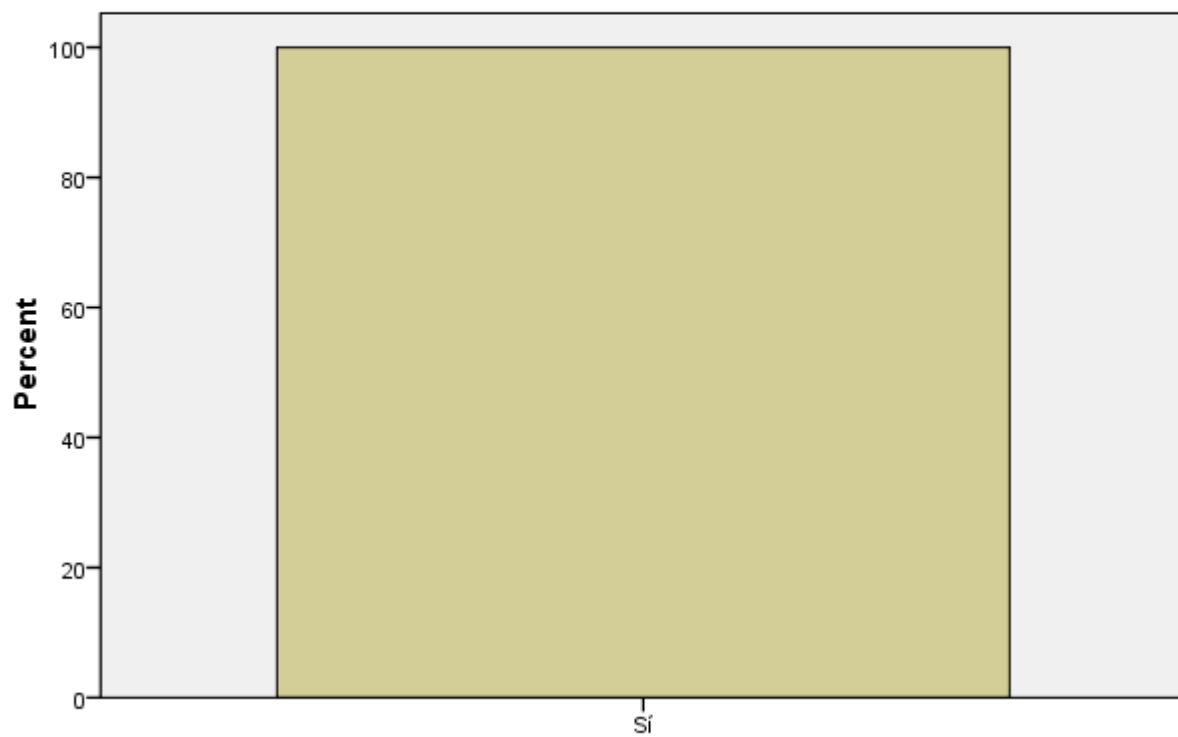
¿Conoces la revista digital Muheve?



¿Conoces la revista digital Muheve?

ANEXOS E

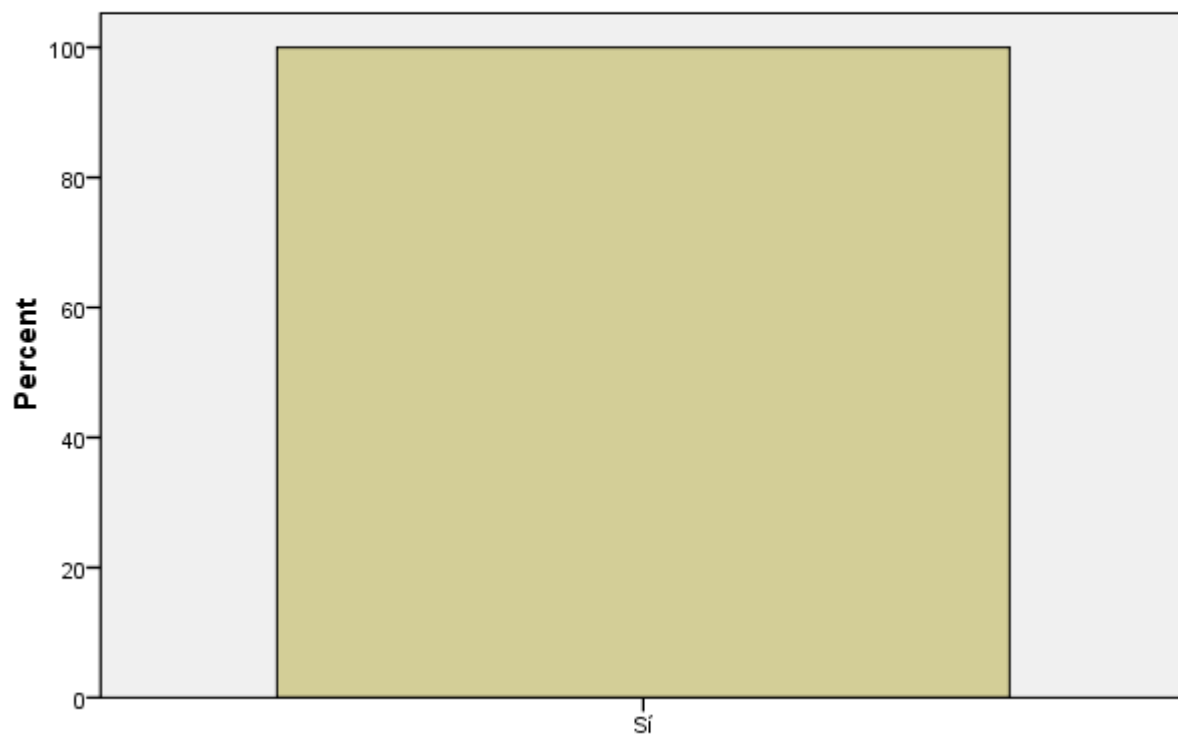
¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?



¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?

ANEXOS E

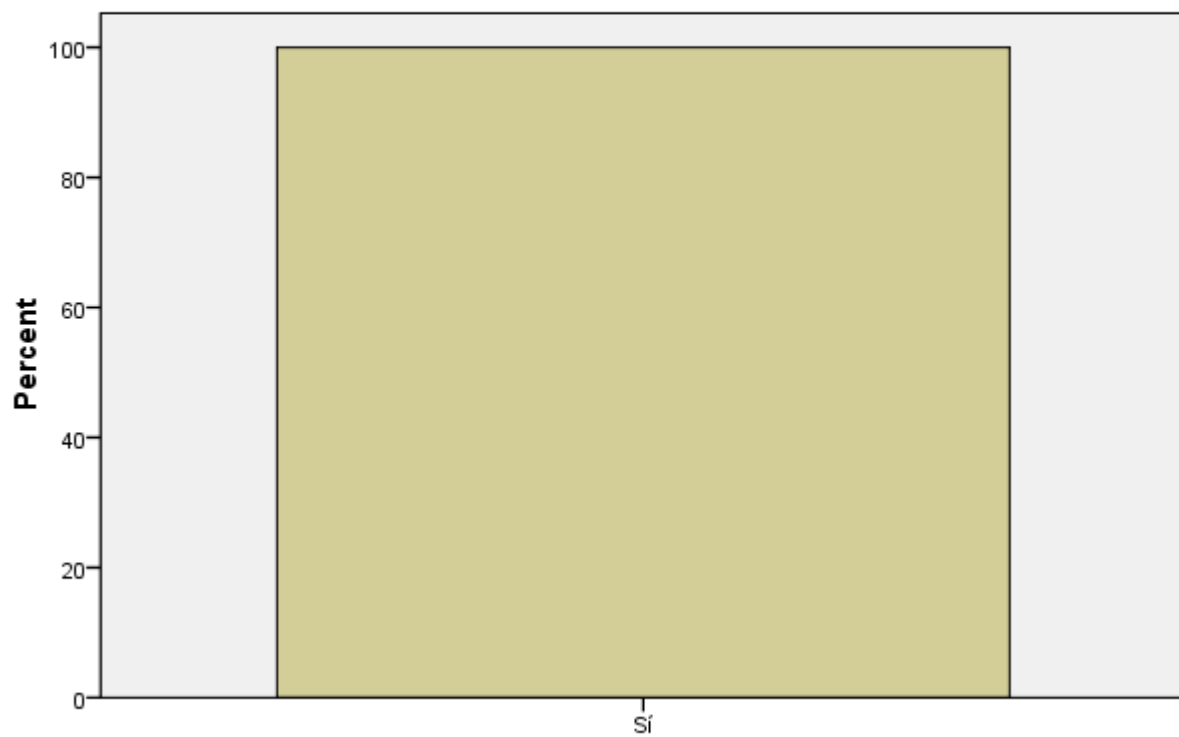
¿Conoces la revista digital Pijama Surf?



¿Conoces la revista digital Pijama Surf?

ANEXOS E

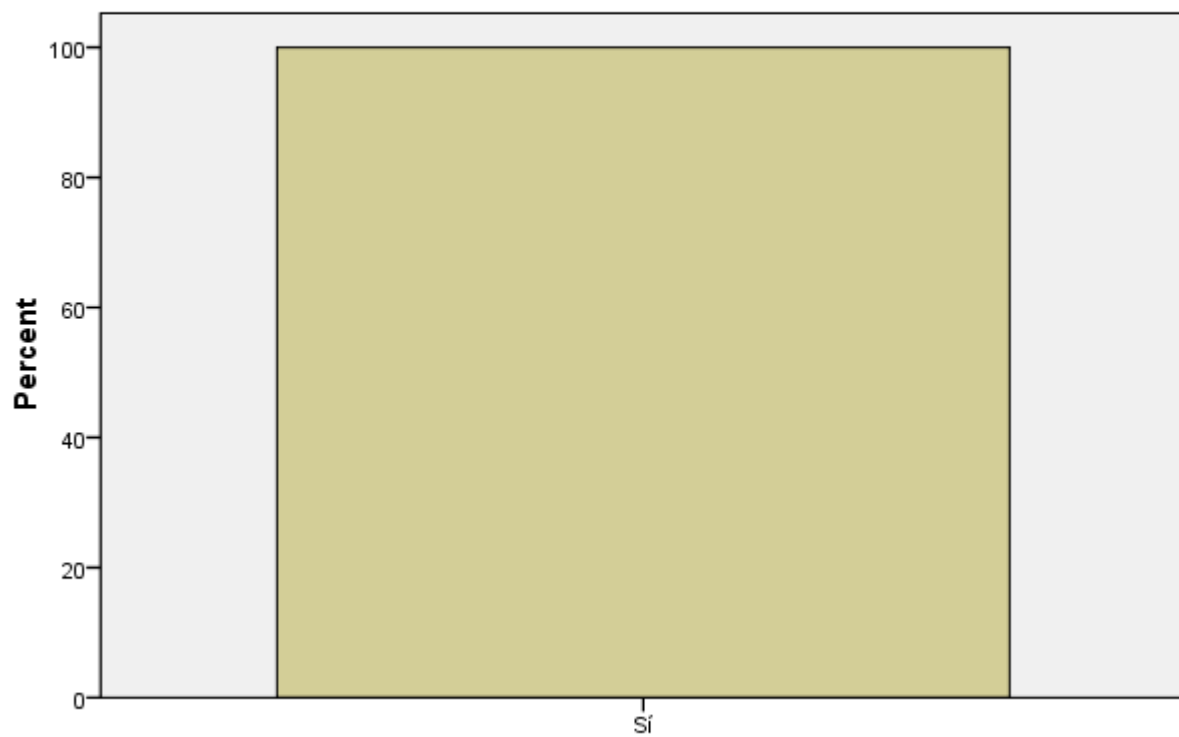
¿Conoces la revista digital Letralia?



¿Conoces la revista digital Letralia?

ANEXOS E

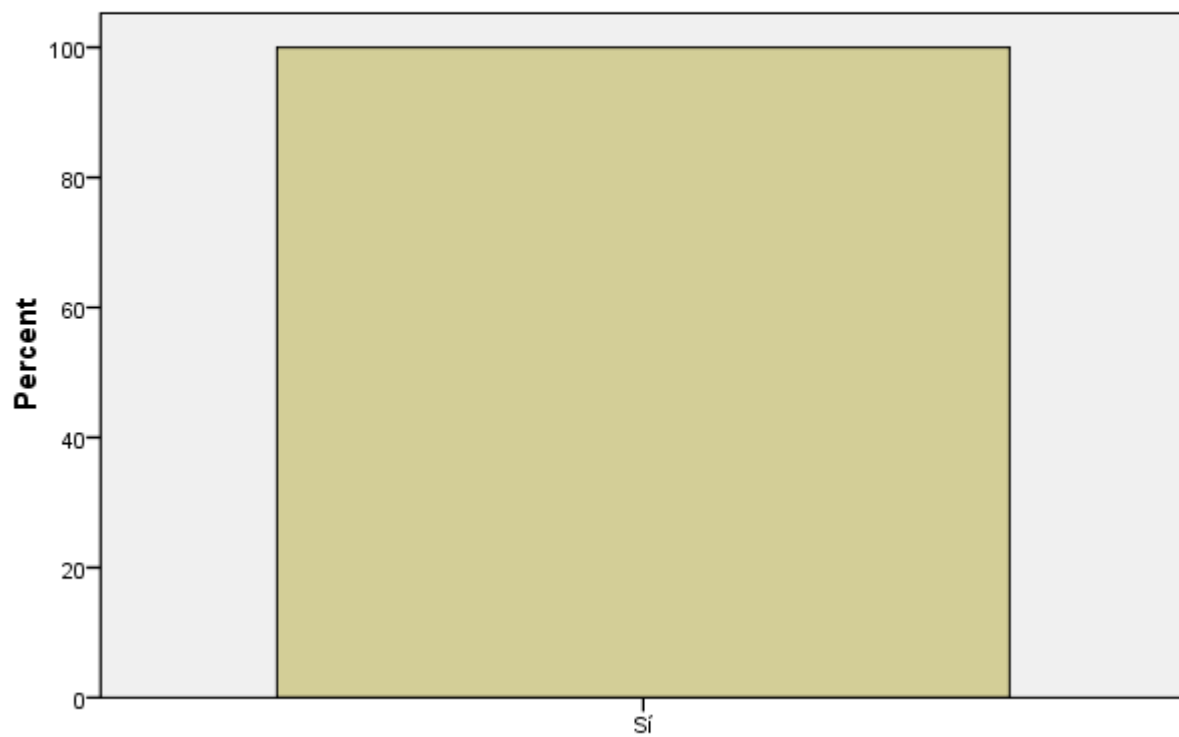
¿Conoces la revista digital Dialnet?



¿Conoces la revista digital Dialnet?

ANEXOS E

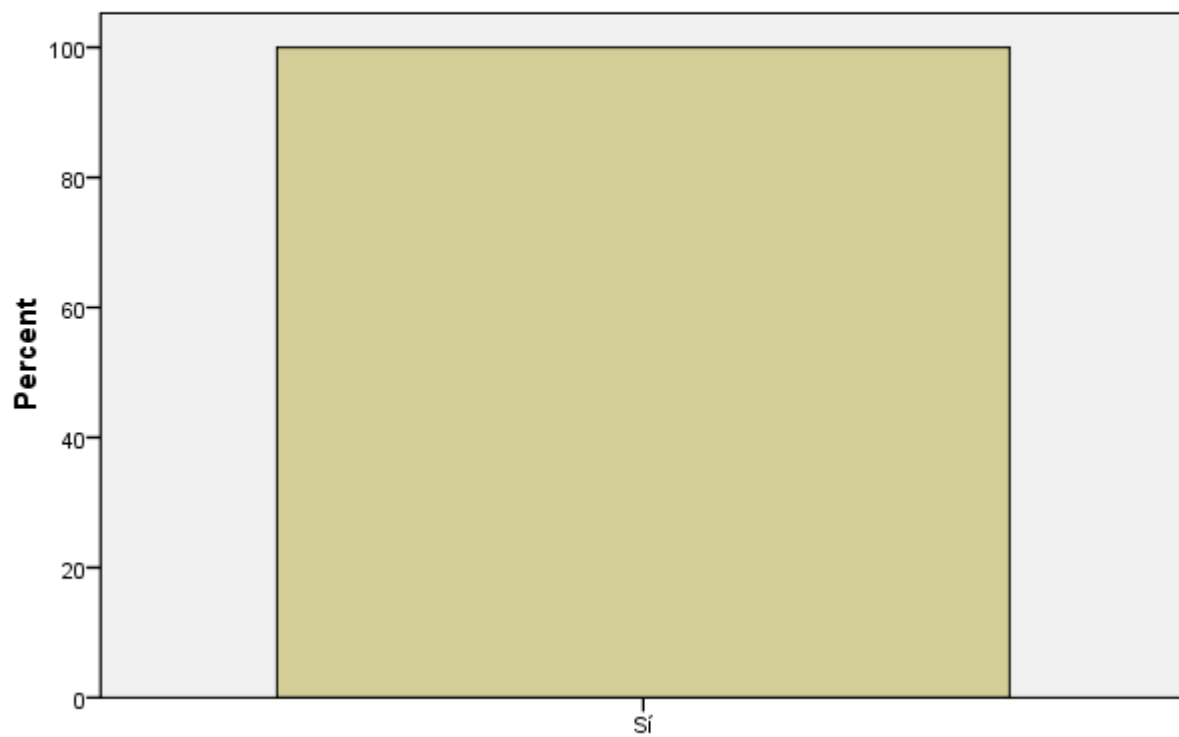
¿Conoces la revista digital Plátano Verde?



¿Conoces la revista digital Plátano Verde?

ANEXOS E

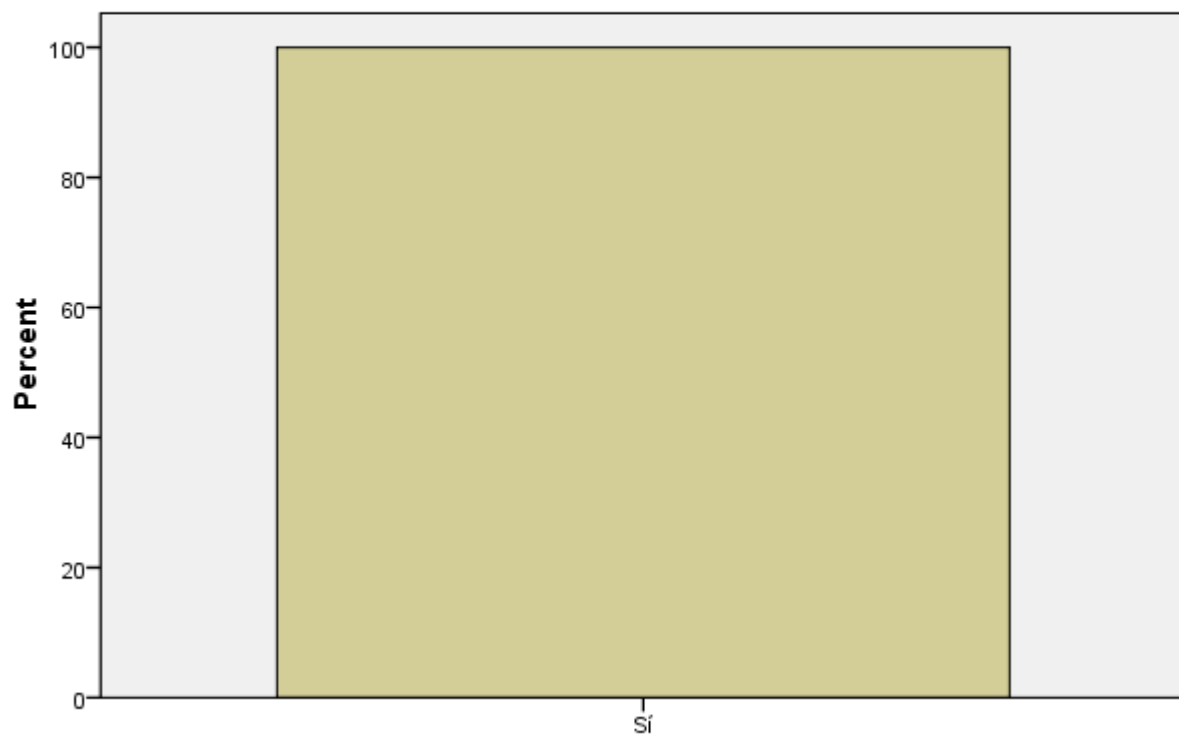
¿Conoces la revista digital Comunicación?



¿Conoces la revista digital Comunicación?

ANEXOS E

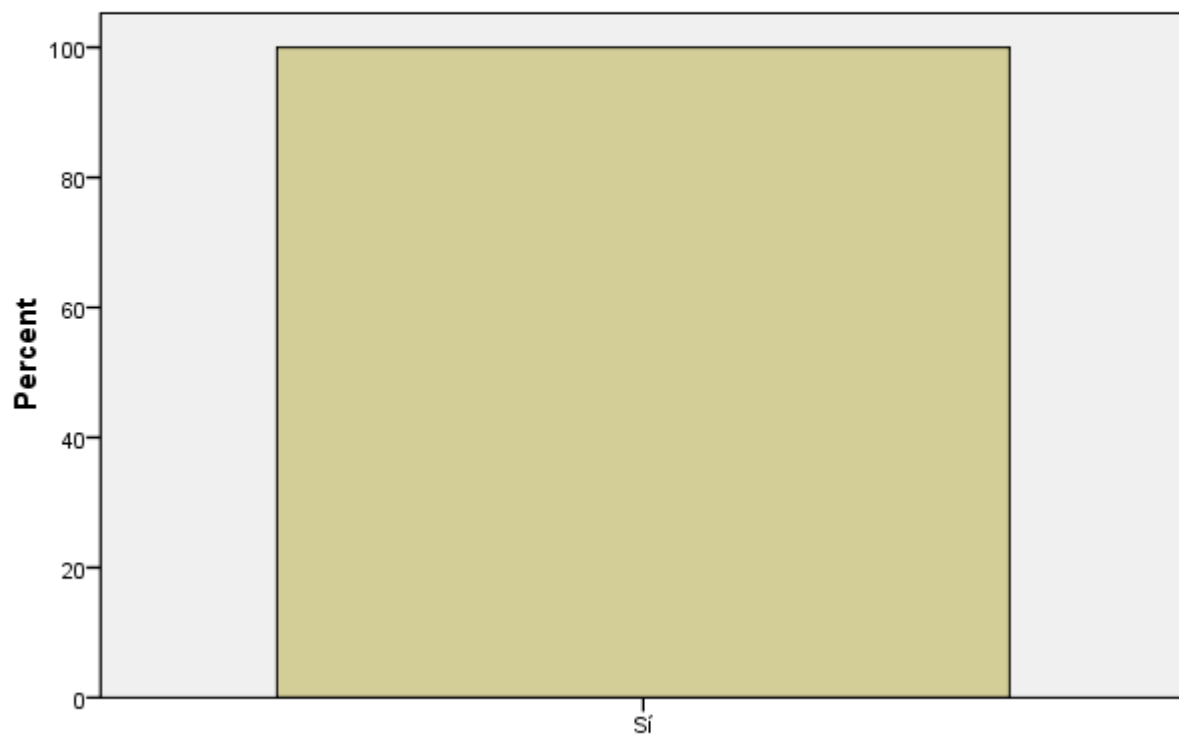
¿Conoces la revista digital The Daily?



¿Conoces la revista digital The Daily?

ANEXOS E

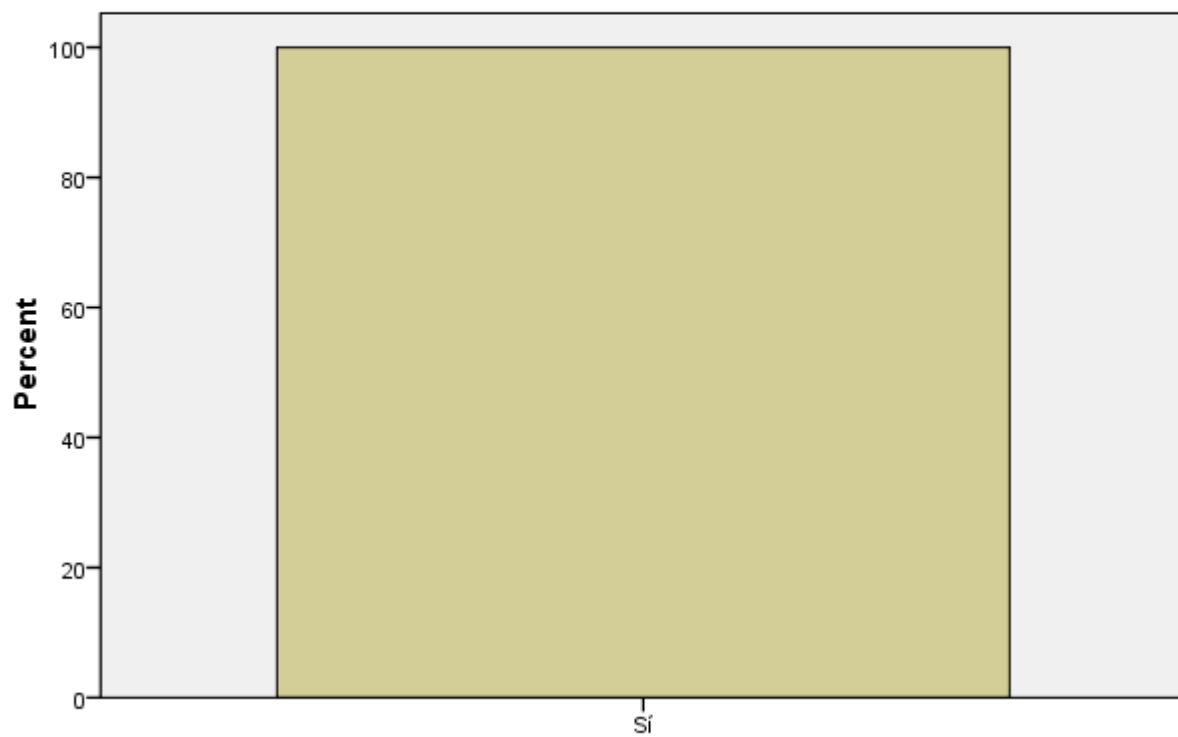
¿Conoces la revista digital Economist?



¿Conoces la revista digital Economist?

ANEXOS E

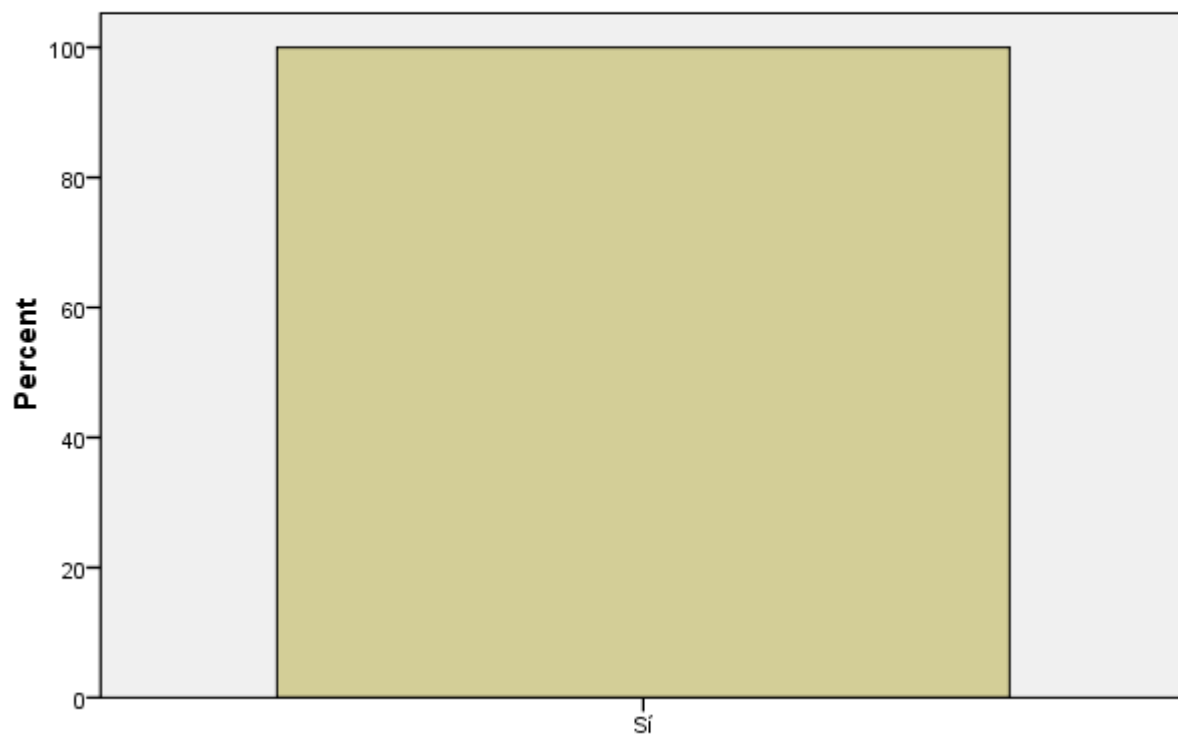
¿Conoces la revista digital Time?



¿Conoces la revista digital Time?

ANEXOS E

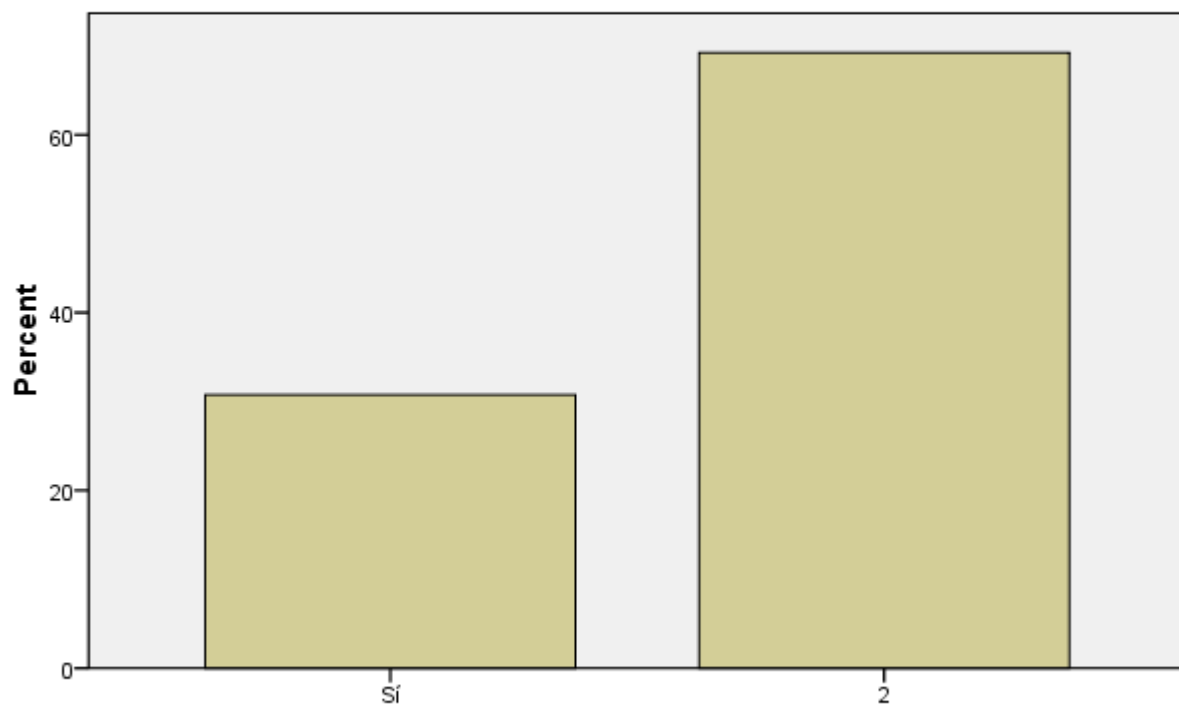
¿Conoces la revista digital Razor Monkey?



¿Conoces la revista digital Razor Monkey?

ANEXOS E

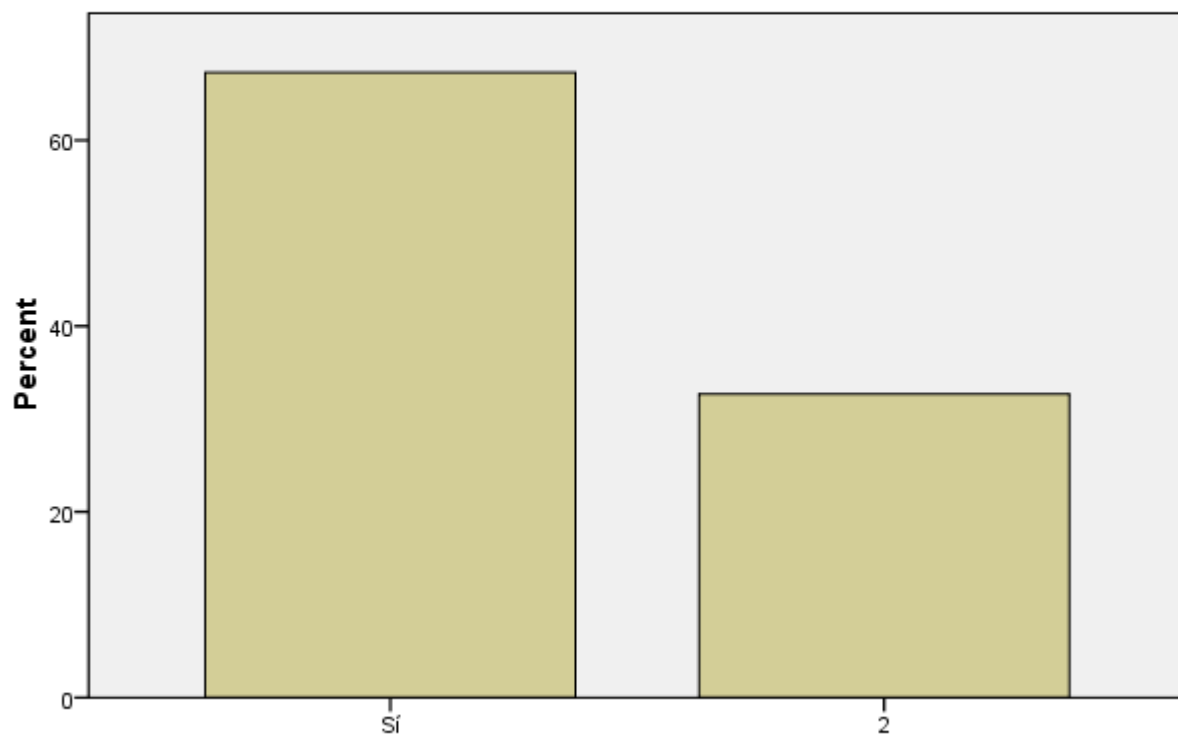
¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?



¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

ANEXOS E

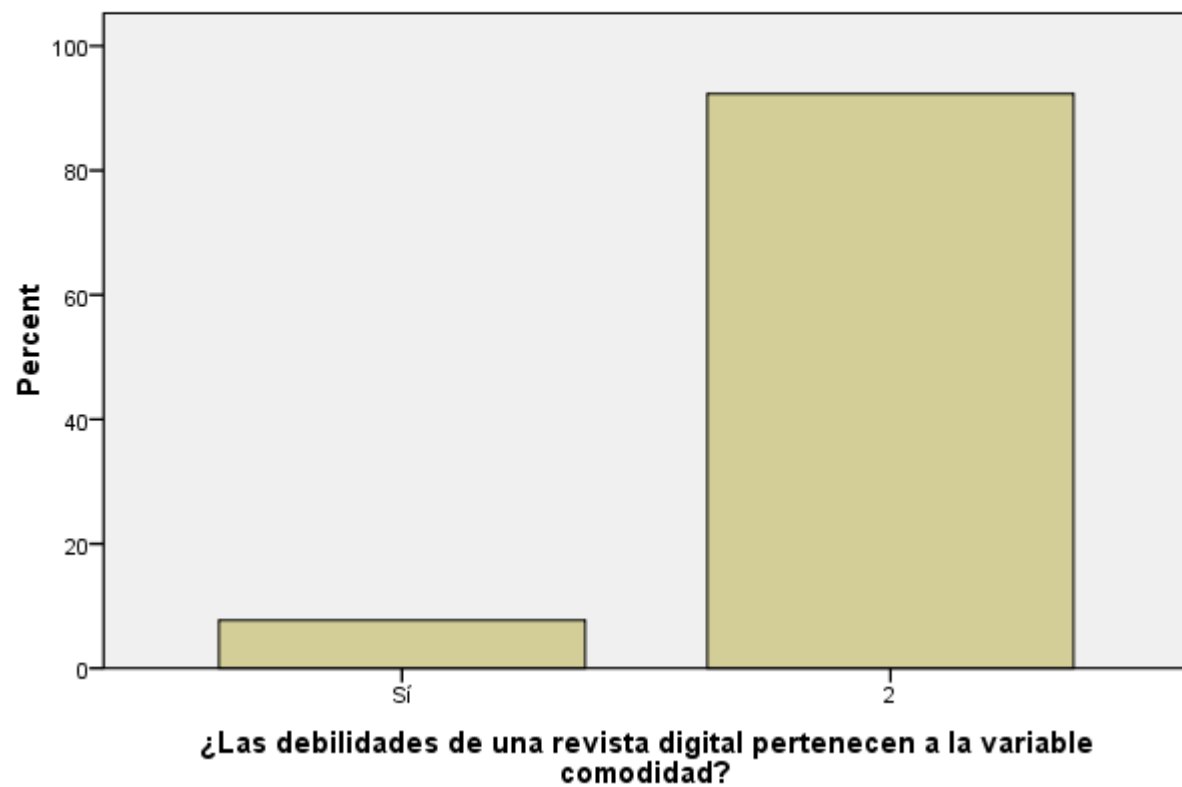
¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?



¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

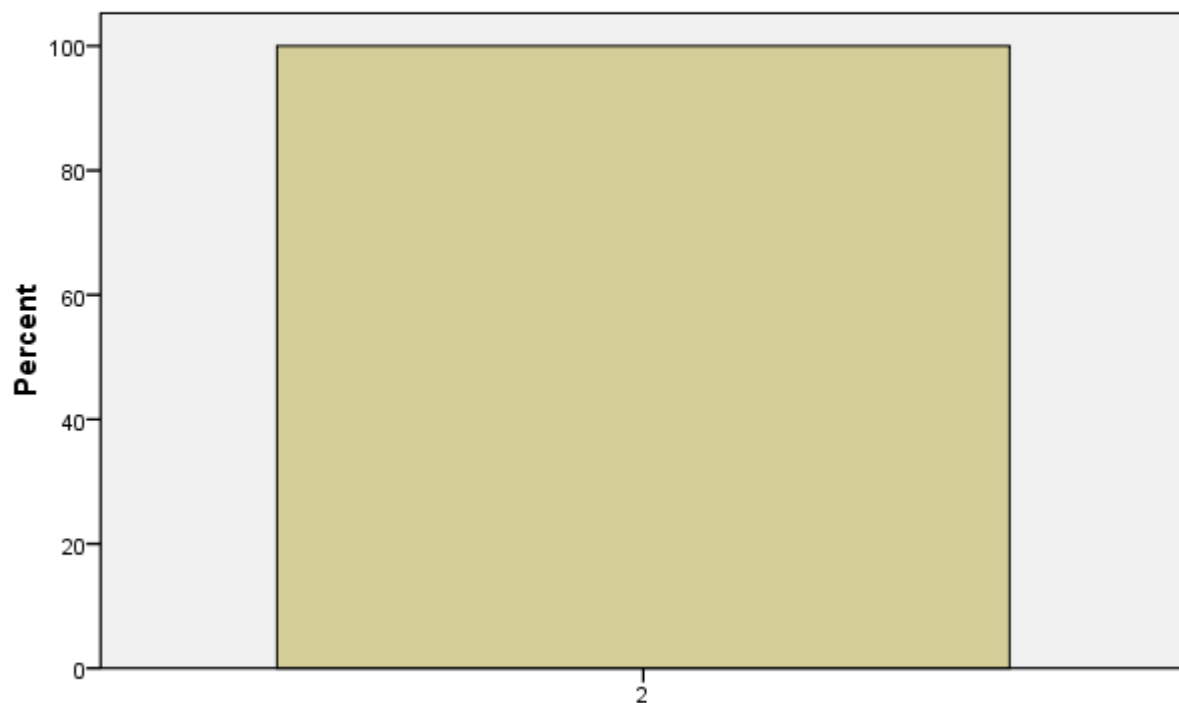
ANEXOS E

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?



ANEXOS E

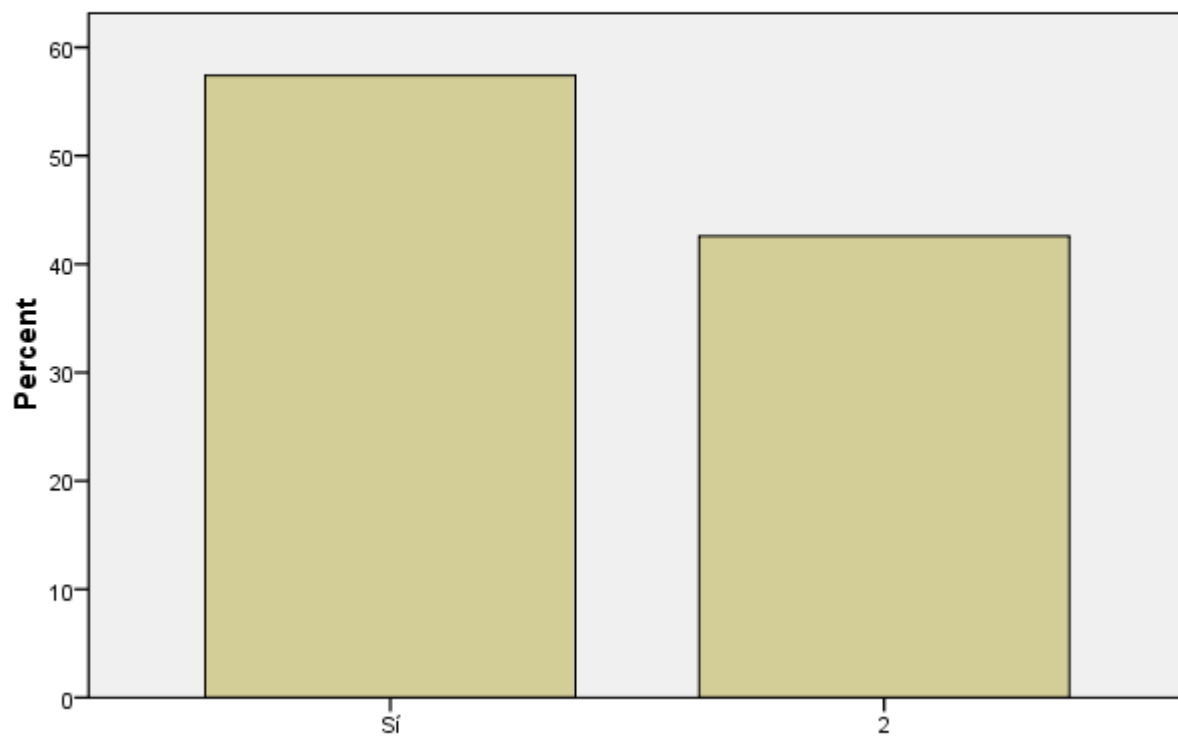
¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?



¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

ANEXOS E

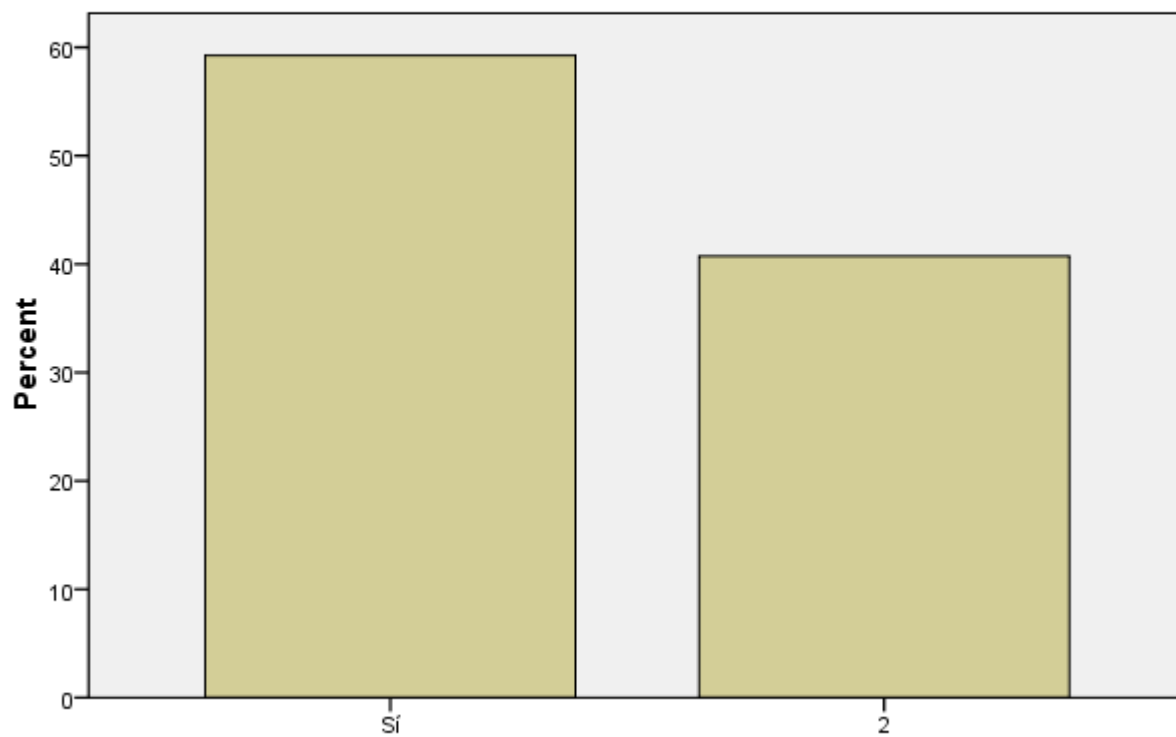
¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?



¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

ANEXOS E

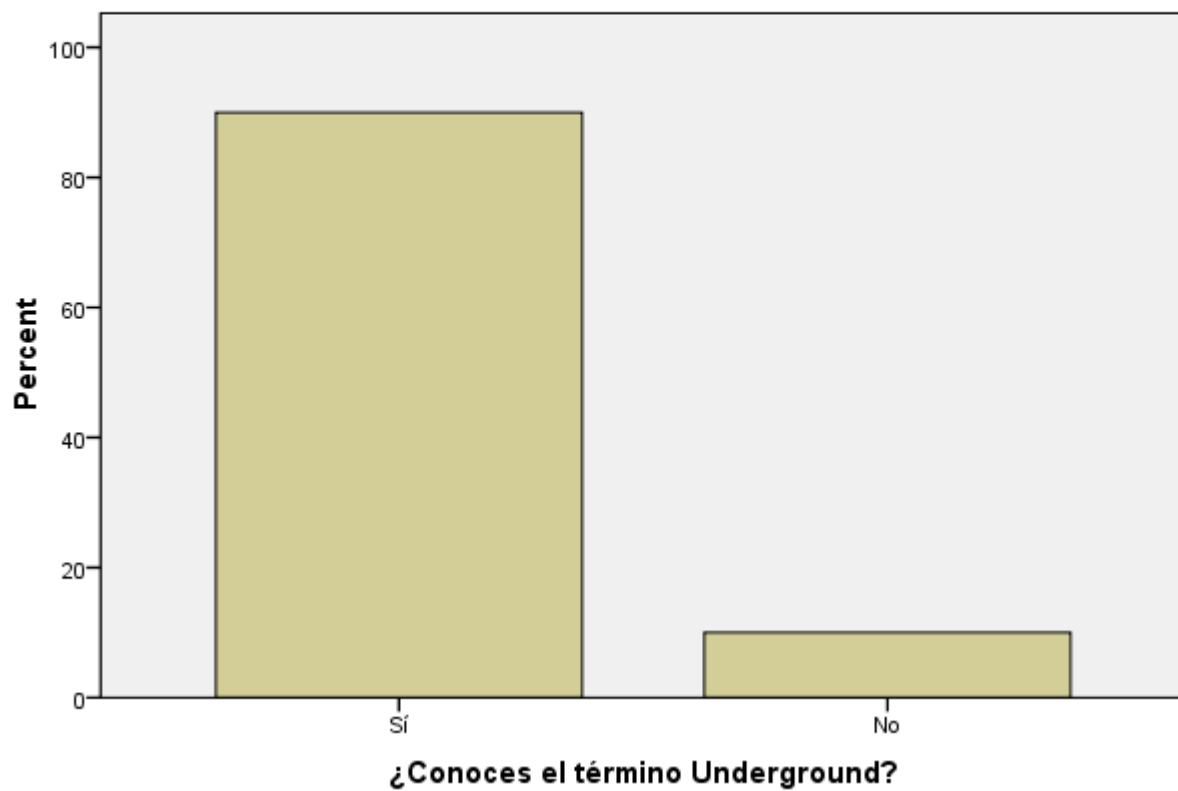
¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?



¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

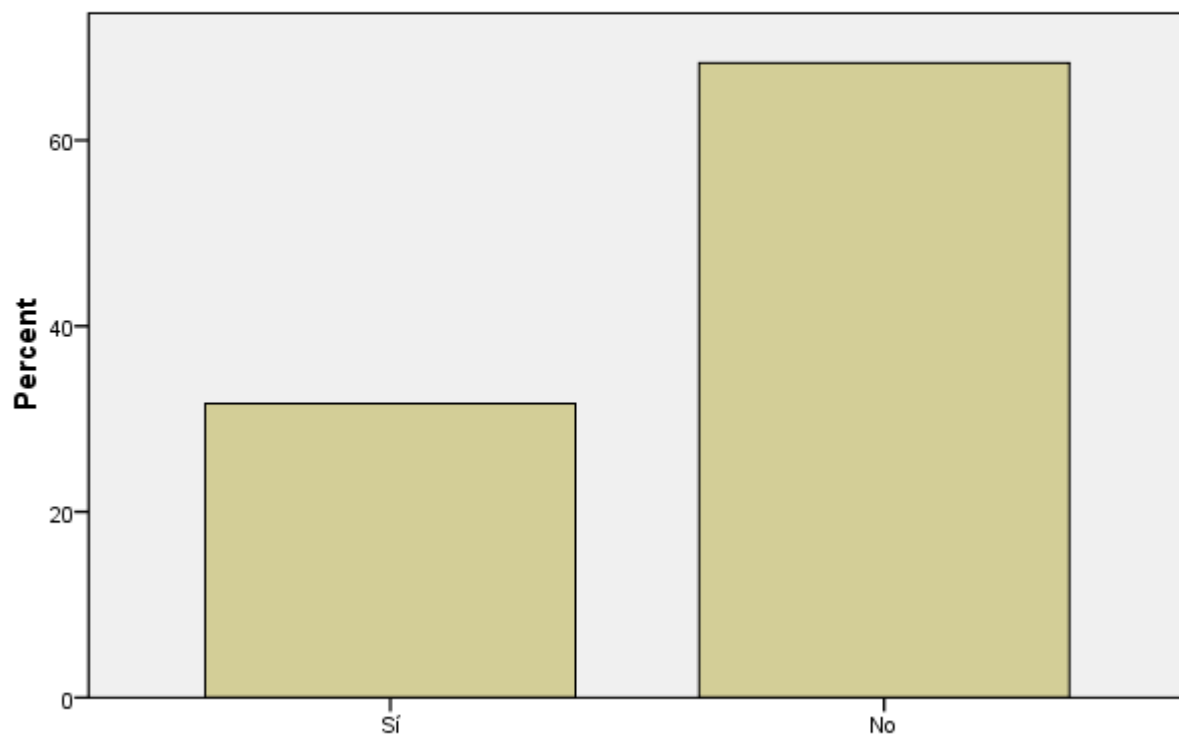
ANEXOS E

¿Conoces el término Underground?



ANEXOS E

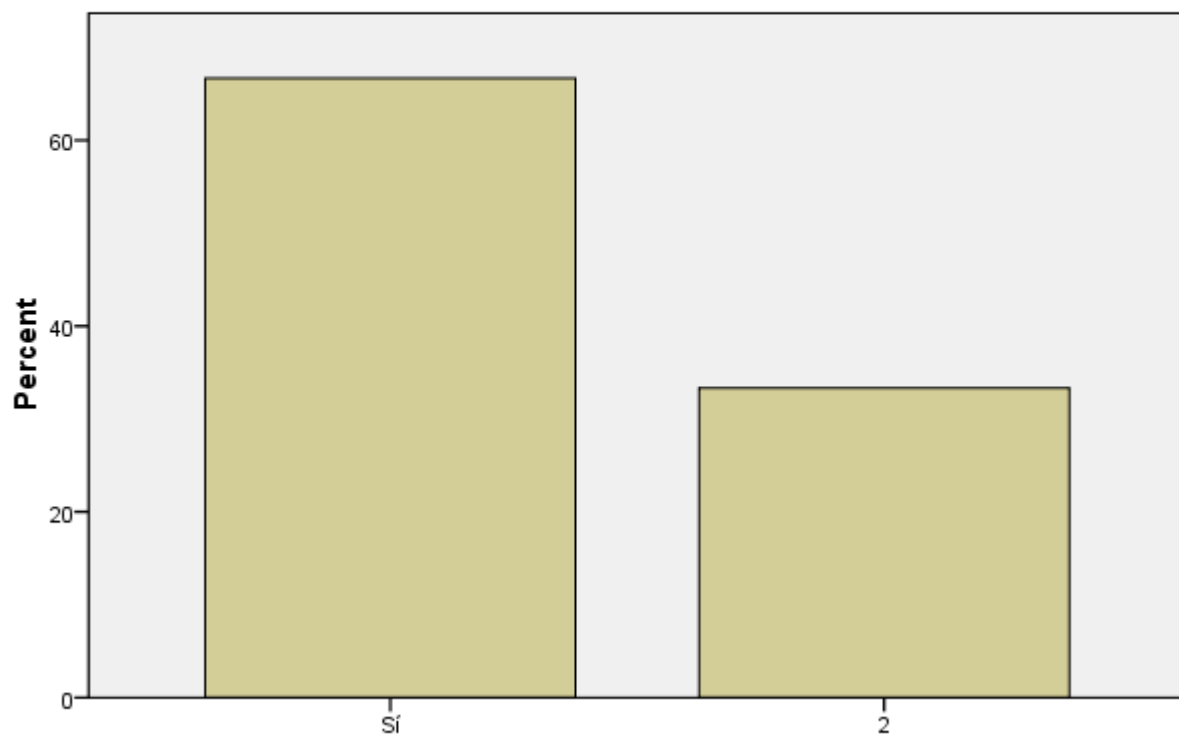
¿Te identificas con este estilo?



¿Te identificas con este estilo?

ANEXOS E

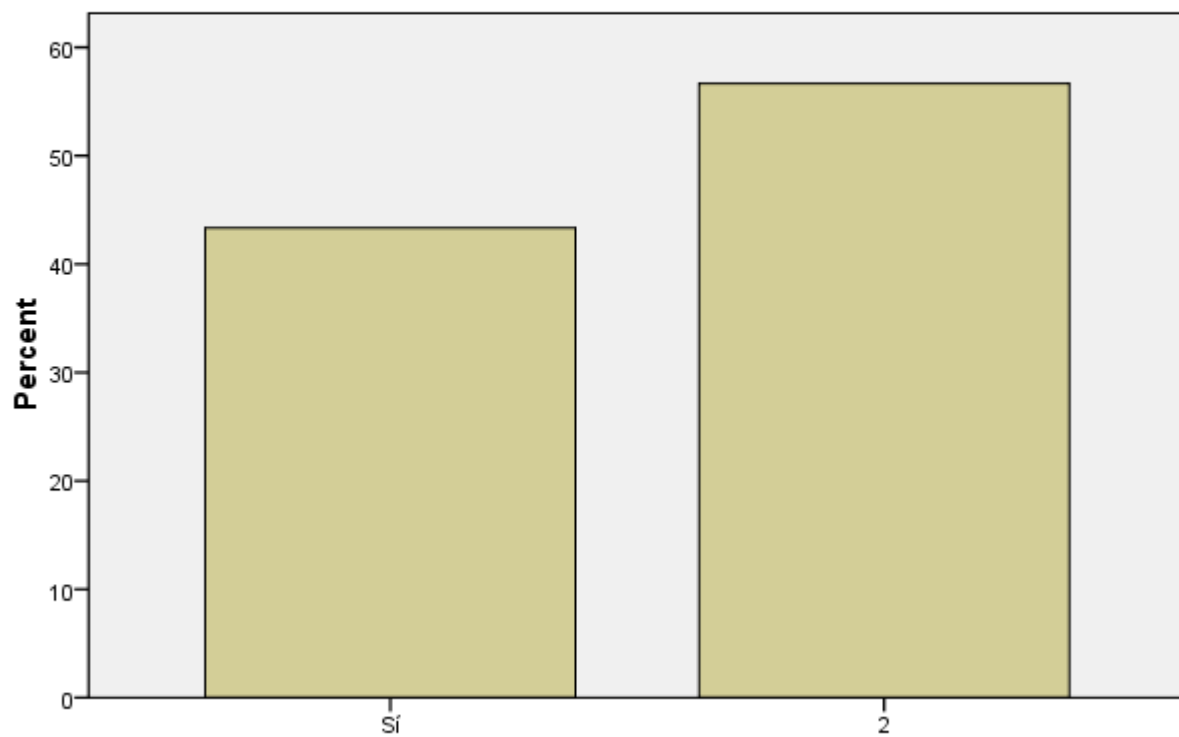
¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?



¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

ANEXOS E

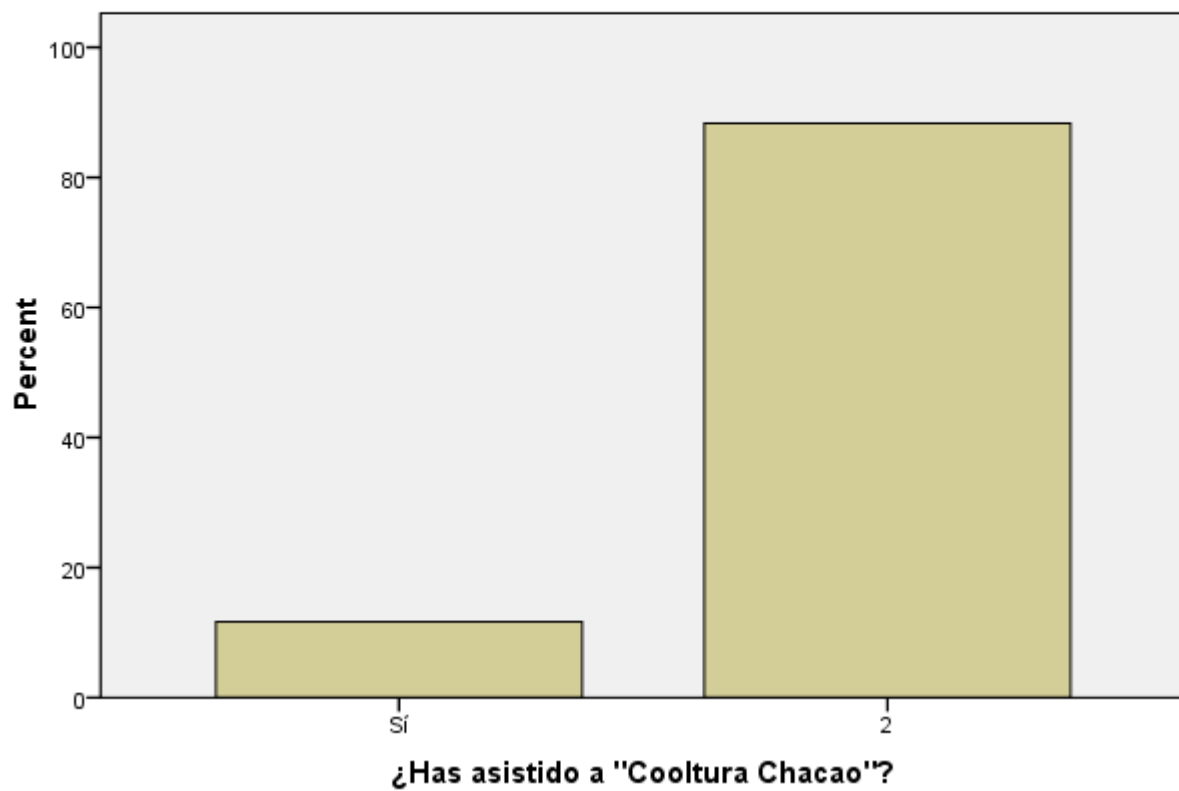
¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?



¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

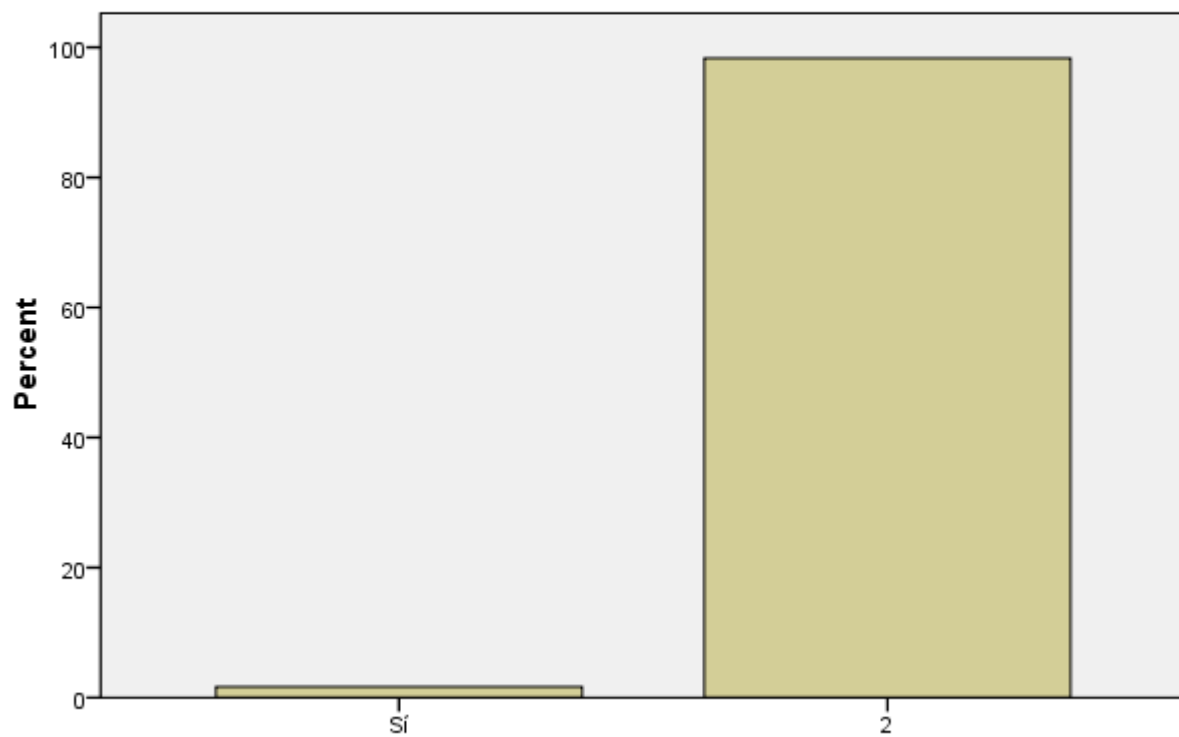
ANEXOS E

¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?



ANEXOS E

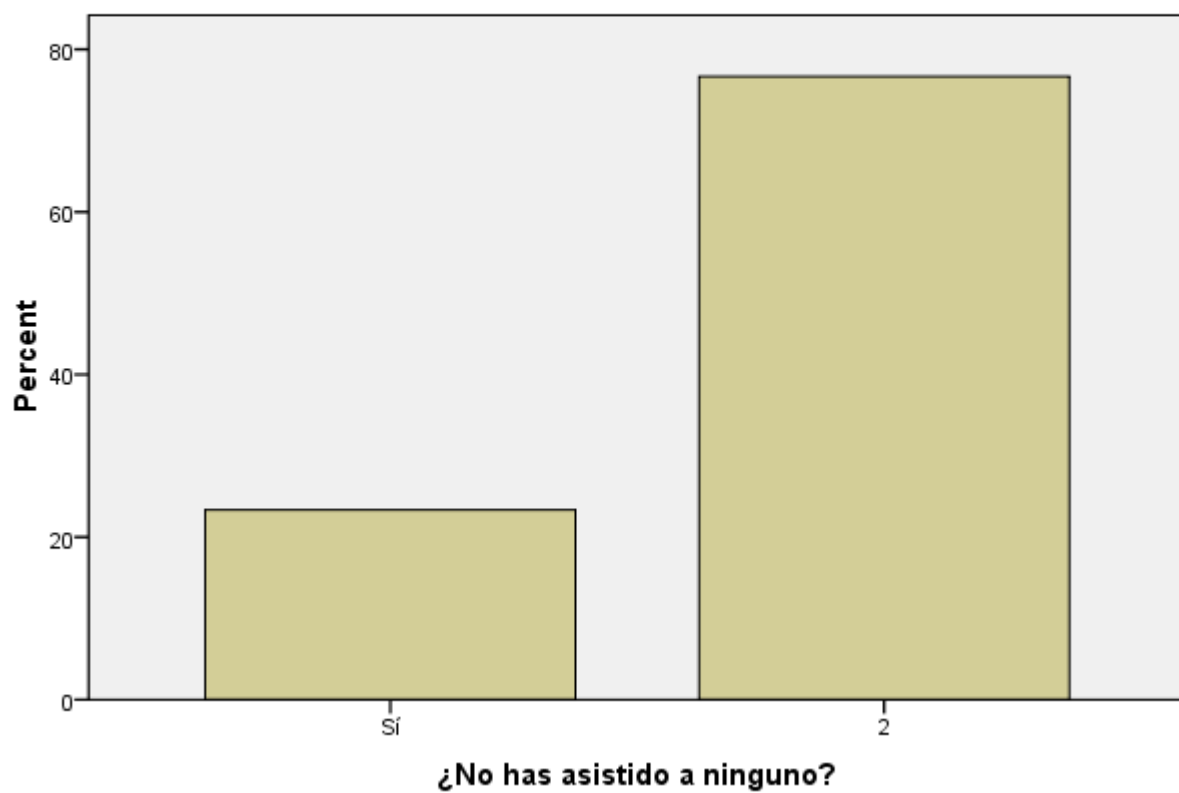
¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?



¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

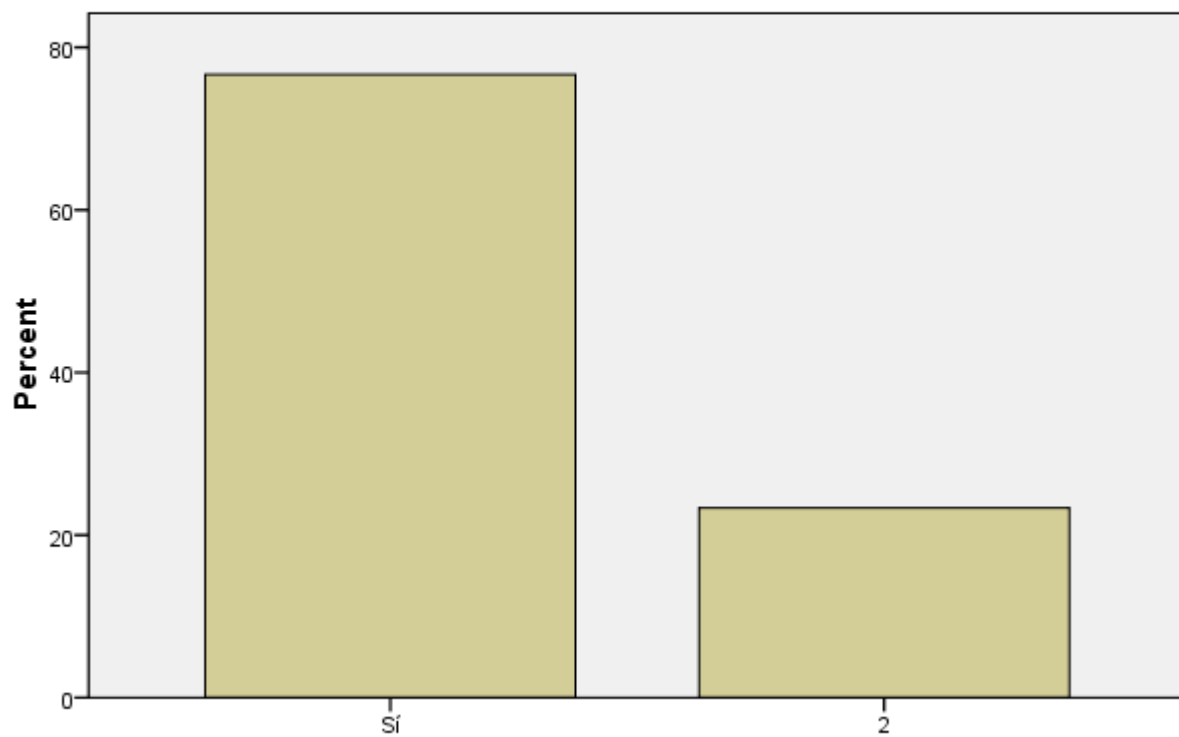
ANEXOS E

¿No has asistido a ninguno?



ANEXOS E

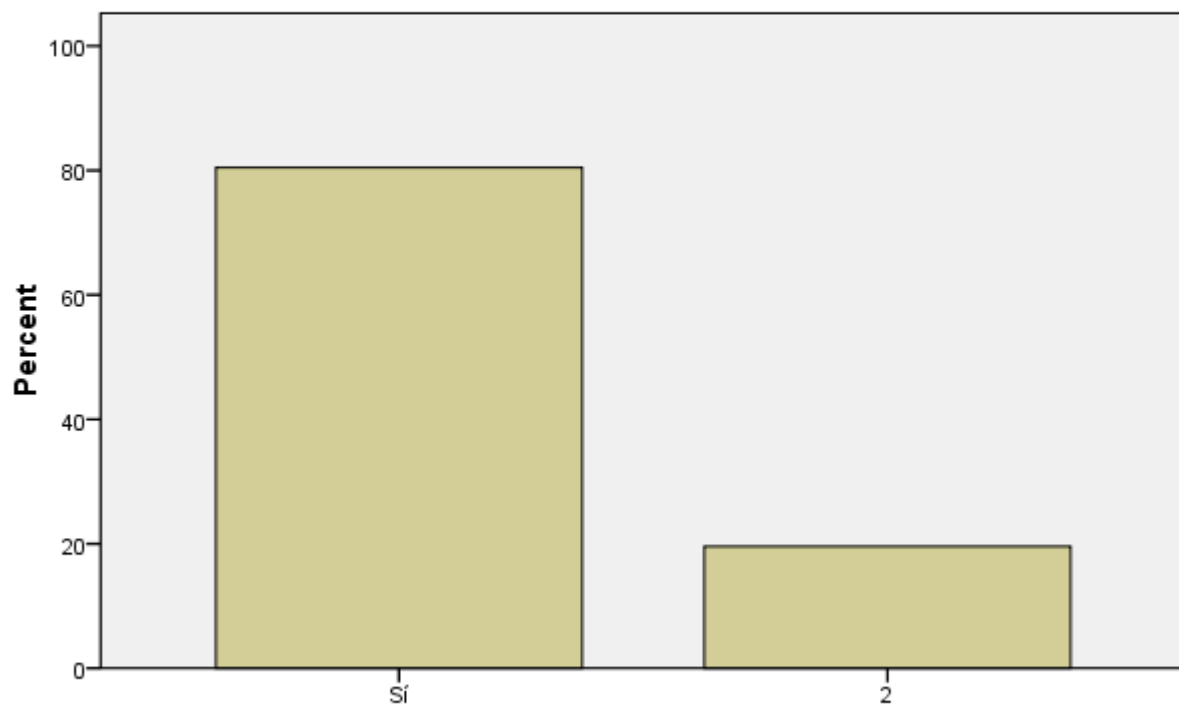
¿Leerías una revista digital de corte underground?



¿Leerías una revista digital de corte underground?

ANEXOS E

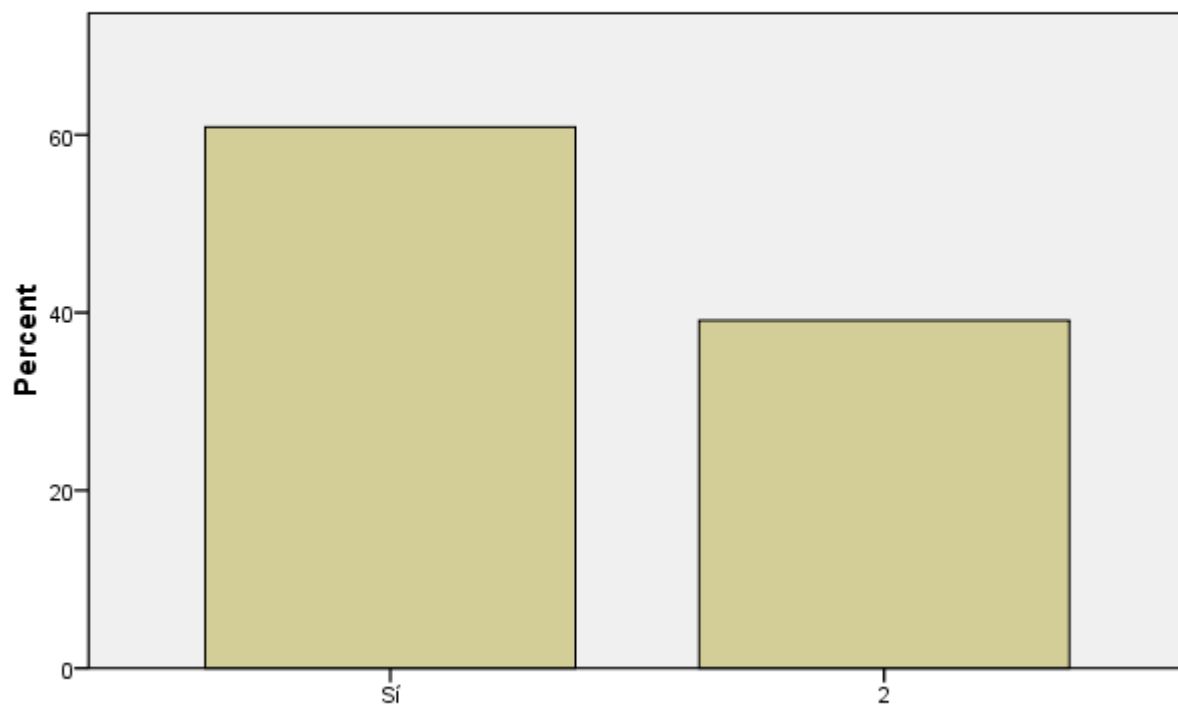
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?

ANEXOS E

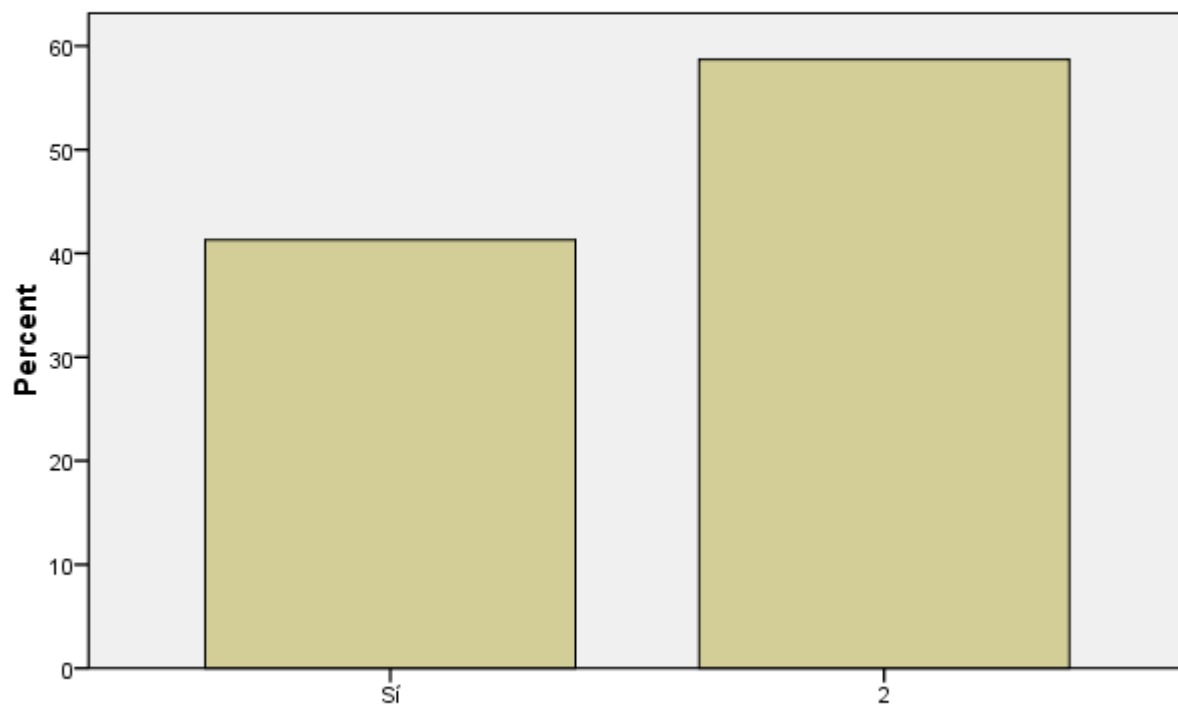
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?

ANEXOS E

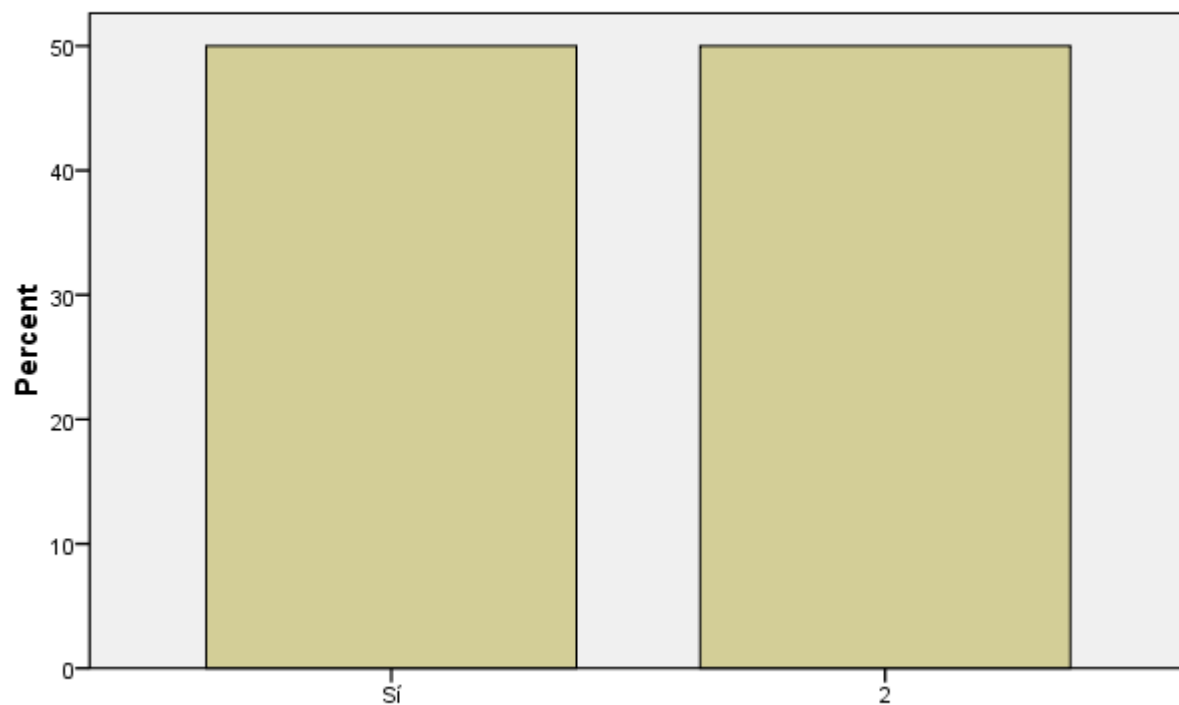
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?

ANEXOS E

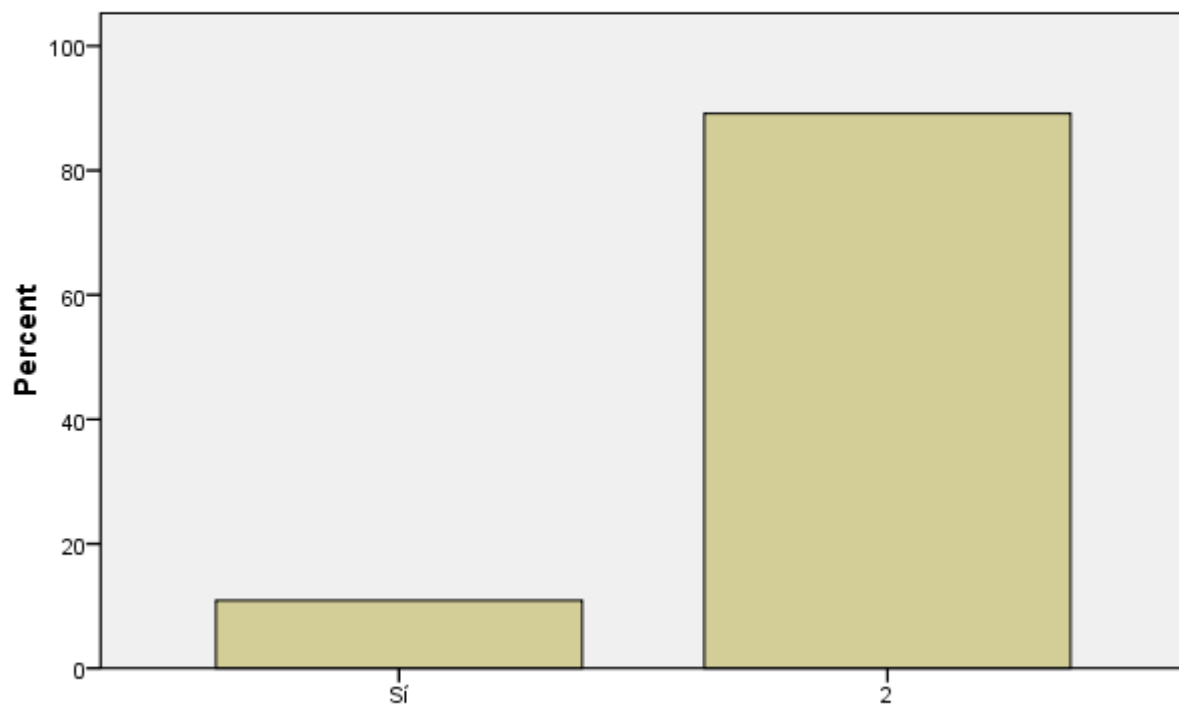
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de
Diseño?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de
Diseño?

ANEXOS E

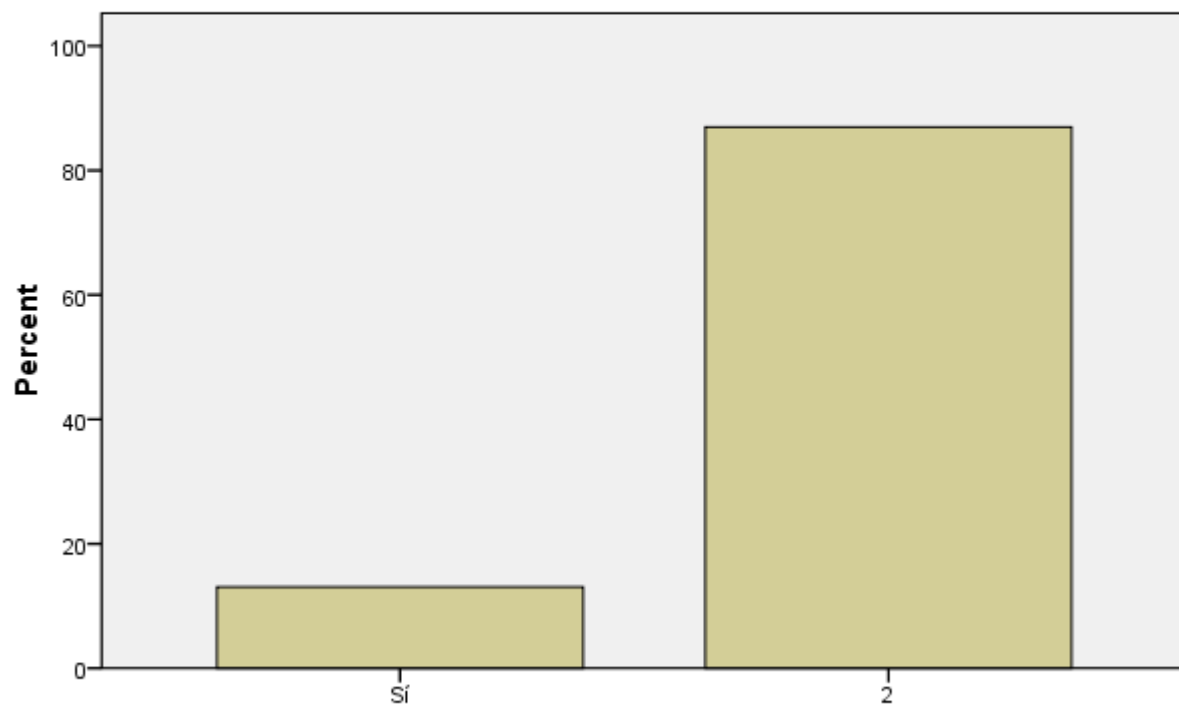
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?

ANEXOS E

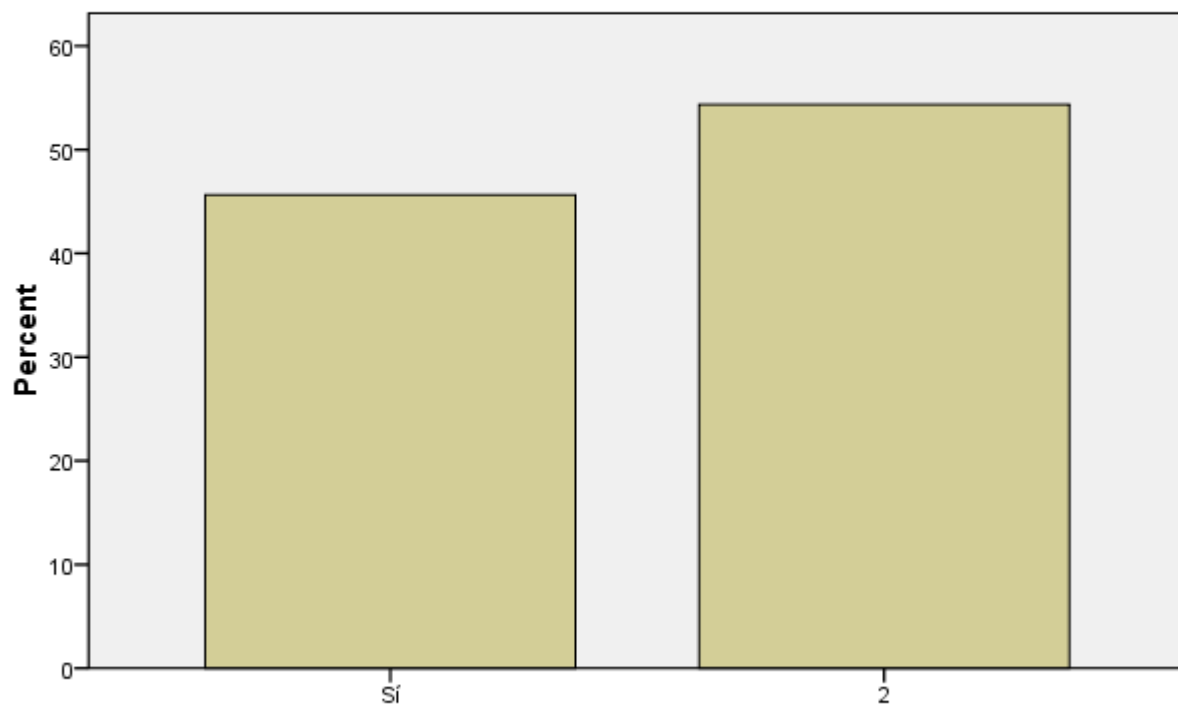
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?

ANEXOS E

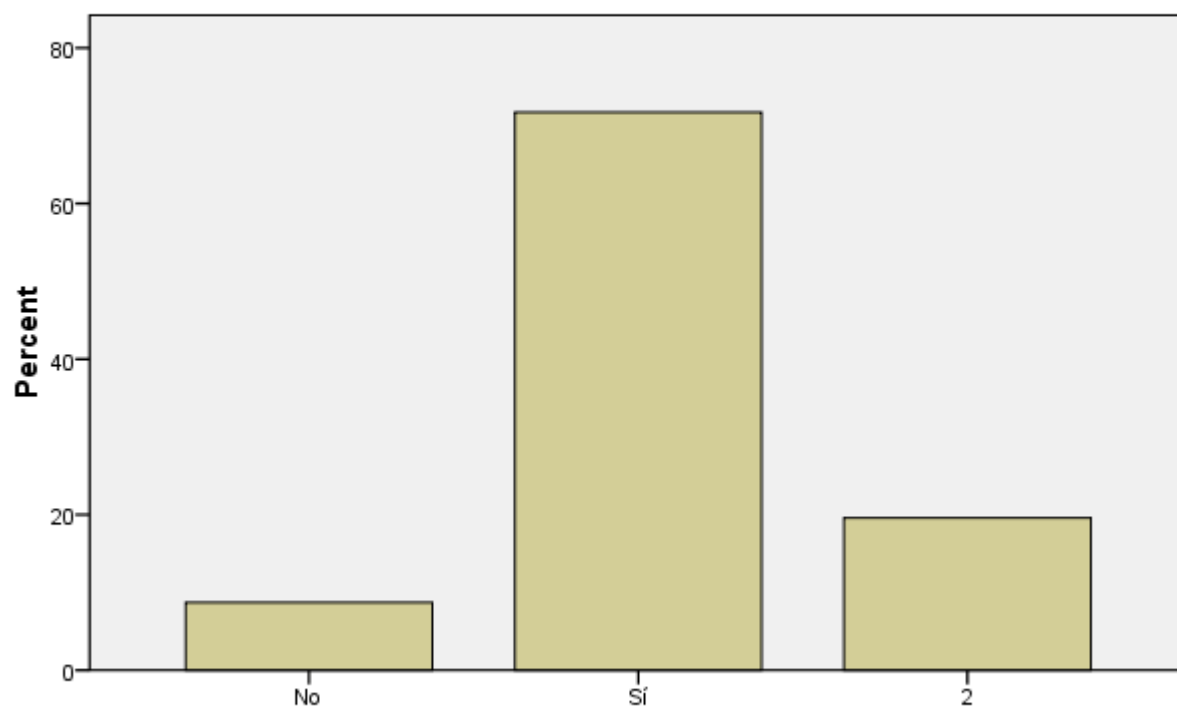
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?

ANEXOS E

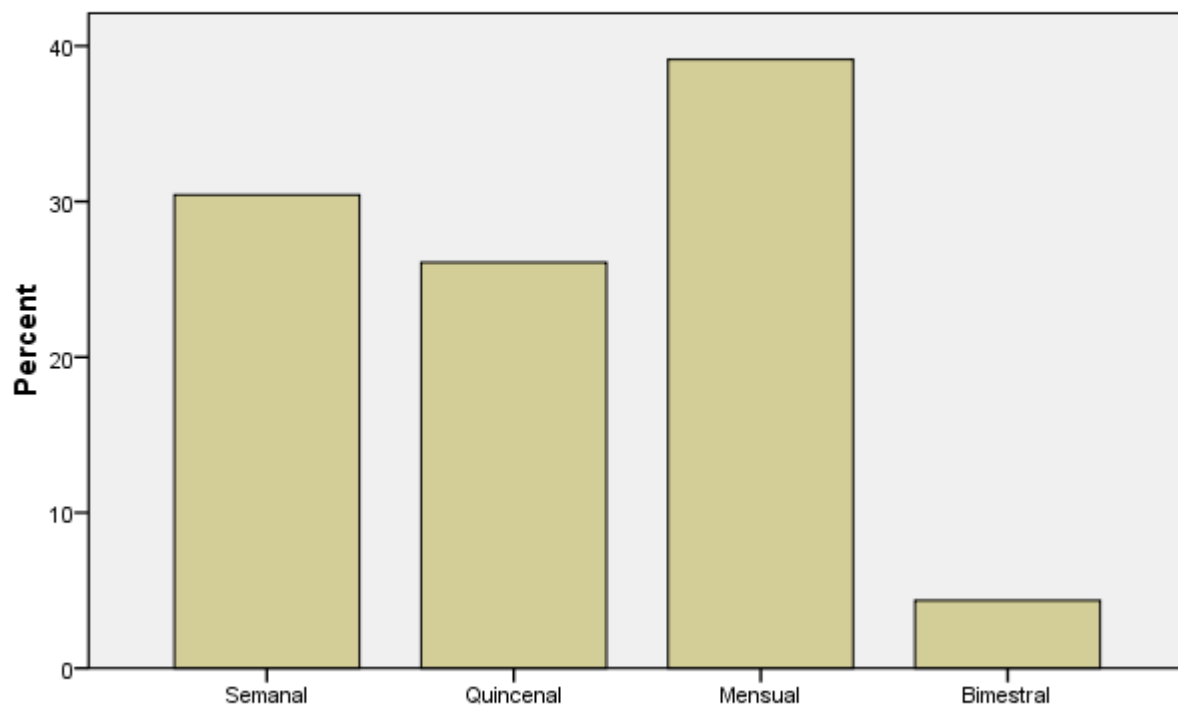
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?

ANEXOS E

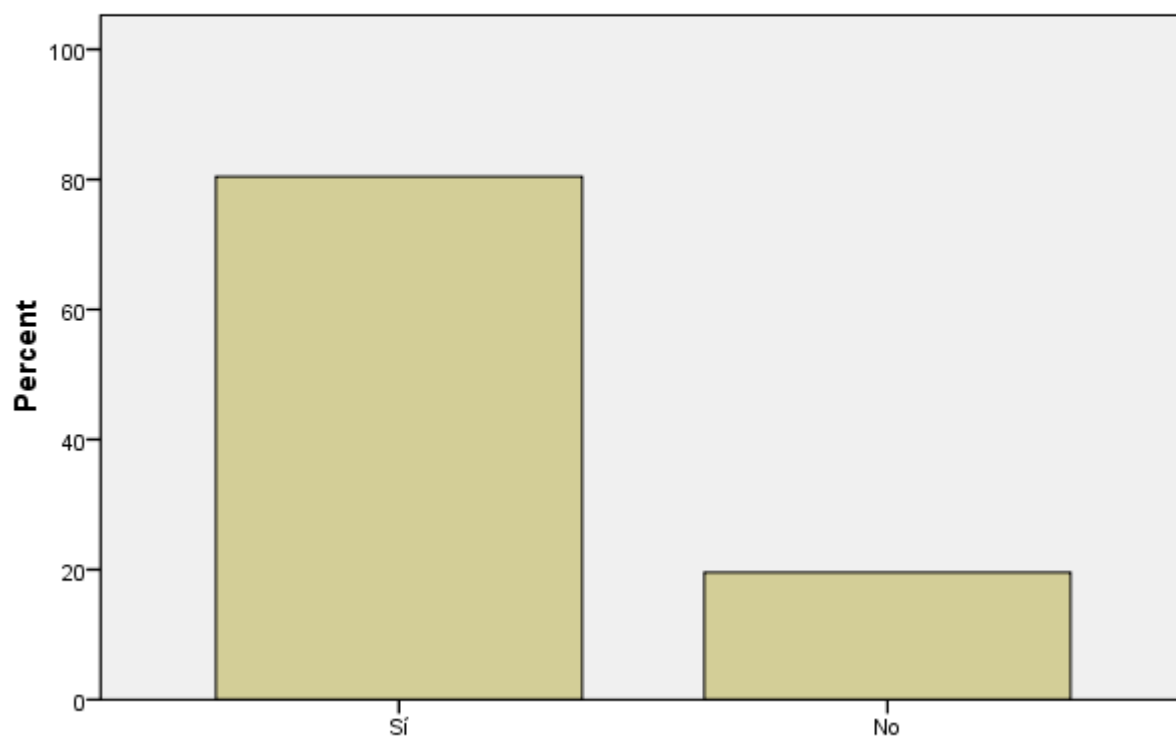
¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?



¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

ANEXOS E

¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?



¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

FRECUENCIAS VARIABLES=EDAD SEXO USAS.INTERNET LEES.REVISTAS
 QUÉ.TIPO.DE.REVISTA.PREFIERES.LEER POSEES.INTERNET.EN.TU.CASA CON.QUÉ.FR
 ECUENCIA.LO.UTILIZAS VISITAS.PÁGINAS.WEB.INFORMATIVAS
 VISITAS.PÁGINAS.WEB.EDUCATIVAS VISITAS.REDES.SOCIALES
 VISITAS.PÁGINAS.WEB.CULTURALES VISITAS.PÁGINAS.WEB.CORPORATIVAS
 ALGUNA.VEZ.HAS.LEÍDO.UNA.REVISTA.DIGITAL CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.
 TÚ.EN.LÍNEA CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.TENDENCIAS.21
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.PRODAVINCI
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.ZP.MAGAZINE
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.DISTORXION CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.BAZAR
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.VOUGE CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.IFAB
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.CYZONE CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.COSMOPOLITAN
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.BBC
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.INTERAMERICANA.DE.BIBLIOTECOLOGÍA
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.ENTRE.RAYAS C
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.METAPOLÍTICA CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.ECOINVEST
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.GLAMOUR CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.PC.WORLD
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.PC.MAGAZINE CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.EXCESO
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.MECÁNICA.POPULAR
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.SPORT.LIFE CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.HOLA
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.GEOCIENCIAS CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.ESTAMPAS
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.PSICOLOGÍA.CIENTÍFICA CONOCES.
 LA.REVISTA.DIGITAL.PSICOLOGÍA.ON.LINE CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.EL.SALMÓN
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.ORBIS CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.NEGOTIUM

ANEXOS E

CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.GUAYOYO.EN.LETRAS
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.FACTUM CONOCES.LA.REVIST
 A.DIGITAL.VANITY.FAIR CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.PHOTOMAGAZINE
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.MUHEVE
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.CORRIENTE.ALTERNA
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.PIJAMA.SURF CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.LETRALIA
 CONOCES.LA.R EVISTA.DIGITAL.DIALNET
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.PLÁTANO.VERDE
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.COMUNICACIÓN
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.THE.DAILY CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.ECONOMIST
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.TIME CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL .RAZOR.MONKEY
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.VIDA.EXTREMA
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.ROLLING.STONE.MAGAZINE
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.MARCA CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.7.CAPAS
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.URBE.BIKINI CONOCES.LA.REVISTA.DIGITA
 L.LA.DOCE CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.ACCESO.DIRECTV
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.PRISMA CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.BUSSINESWEEK
 LAS.DEBILIDADES.DE.UNA.REVISTA.DIGITAL.SON.ORGANOLÉPTICAS
 LAS.DEBILIDADES.DE.UNA.REVISTA.DIG ITAL.SON.FUNCIONALES
 LAS.DEBILIDADES.DE.UNA.REVISTA.DIGITAL.SON.DE.COMODIDAD
 LAS.FOTALEZAS.DE.UNA.REVISTA.DIGITAL.SON.ORGANOLÉPTICAS
 LAS.FOTALEZAS.DE.UNA.REVISTA.DIGITAL.SON.FUNCIONALES
 LAS.FOTALEZAS.DE.UNA.RE VISTA.DIGITAL.SON.DE.COMODIDAD
 CONOCES.EL.TÉRMINO.UNDERGROUND TE.IDENTIFICAS.CON.ESTE.ESTILO
 HAS.ASISTIDO.A.POR.EL.MEDIO.DE.LA.CALLE
 HAS.ASISTIDO.A.EL.MERCADITO.DE.LA.PLAZA HAS.ASISTIDO.A.COOLTURA.CHACAO
 HAS.ASISTIDO.A.LONGBO ARD.UNDERGROUND.VENEZUELA
 NO.HAS.ASISTIDO.A.NINGUNO LEERÍAS.UNA.REVISTA.DIGITAL.DE.CORTE.UNDERGROUND
 TE.GUSTARÍA.VER.LA.SECCIÓN.DE.MÚSICA
 TE.GUSTARÍA.VER.LA.SECCIÓN.DE.PRÓXIMOS.EVENTOS
 TE.GUSTARÍA.VER.LA.SECCIÓN.DE.ENTREVISTAS TE.GUS
 TARÍA.VER.LA.SECCIÓN.DE.DISEÑOS TE.GUSTARÍA.VER.LA.SECCIÓN.DE.DANZA
 TE.GUSTARÍA.VER.LA.SECCIÓN.DE.ORFEBRERÍA
 TE.GUSTARÍA.VER.LA.SECCIÓN.DE.ACTUALIDAD
 TE.GUSTARÍA.VER.LA.SECCIÓN.DE.CINE.Y.TEATRO
 CON.CUÁNTA.FRECUENCIA.TE.GUSTARÍA.ENCONTRAR.UNA .NUEVA.EDICIÓN
 TE.GUSTARÍA.DAR.TU.OPINIÓN.A.TRAVÉS.DE.ENCUESTAS /STATISTICS=STDDEV MEAN
 MEDIAN MODE SUM SKEWNESS SESKEW KURTOSIS SEKURT /BARCHART PERCENT
 /ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes

Input	Output Created	13-Feb-2012 13:35:11
	Comments	
	Data	C:\Users\MariaJose\Desktop\Spss\SPSS S\Encuestas\UCAB.sav
	Active Dataset	Conjunto_de_datos2
	Filter	<none>
	Weight	<none>

ANEXOS E

Missing Value Handling	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	60
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.

ANEXOS E

Syntax	FRECUENCIAS VARIABLES=EDAD SEXO USAS.INTERNET LEES.REVISTAS QUÉ.TIPO.DE.REVISTA.PREFIERES.L EER POSEES.INTERNET.EN.TU.CASA CON.QUÉ.FRECUENCIA.LO.UTILIZAS VISITAS.PÁGINAS.WEB.INFORMATIV AS VISITAS.PÁGINAS.WEB.EDUCATIVAS VISITAS.REDES.SOCIALES VISITAS.PÁGINAS.WEB.CULTURALE S VISITAS.PÁGINAS.WEB.CORPORATI VAS ALGUNA.VEZ.HAS.LEÍDO.UNA.REVIS TA.DIGITAL CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.TÚ.E N.LÍNEA CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.TEN DENCIAS.21 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.PRO DAVINCI CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.ZP. MAGAZINE CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.DIST ORXION CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.BAZ AR CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.VOU GE CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.IFAB CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.CYZ ONE CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.COS MOPOLITAN CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.BBC CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.INTE RAMERICANA.DE.BIBLIOTECOLOGÍA CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.ENT RE.RAYAS CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.MET APOLÍTICA CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.ECO INVEST CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.GLA MOUR CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.PC

ANEXOS E

Resources	Processor Time	0:00:57.736
	Elapsed Time	0:00:58.041

[Conjunto_de_datos2]

C:\Users\MariaJose\Desktop\Spss\SPSS\Encuestas\UCAB.sav

Warnings

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital Tú en Línea?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital Tendencias 21?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital ZP Magazine?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital Distorxion?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital Bazar?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital IFAB?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital CyZone?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital BBC?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital Interamericana de Bibliotecología?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital Entre Rayas?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital Metapolítica?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital Ecoinvest?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital PC World?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital Exceso?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital Mecánica Popular?. A bar chart or histogram cannot be produced.

ANEXOS E

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital Sport Life?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital Hola?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital Geociencias?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital Estampas?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital Psicología Científica?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital Psicología on Line?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital El Salmón?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital Vida Extrema?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital Rolling Stone Magazine?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital Marca?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital 7 Capas?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital Urbe Bikini?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital LaDoce?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital Acceso Directv?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital Prisma?. A bar chart or histogram cannot be produced.

No valid cases remain for ¿Conoces la revista digital BussinesWeek?. A bar chart or histogram cannot be produced.

Statistics

		Edad	Sexo	¿Usas Internet?	¿Lees revistas?
N	Valid	60	60	60	60
	Missing	0	0	0	0

ANEXOS E

Mean	22,47	1,62	1,00	1,00
Median	23,00	2,00	1,00	1,00
Mode	23	2	1	1
Std. Deviation	2,411	,490	,000	,000
Skewness	,530	-,492		
Std. Error of Skewness	,309	,309	,309	,309
Kurtosis	3,554	-1,819		
Std. Error of Kurtosis	,608	,608	,608	,608
Sum	1348	97	60	60

Statistics

		¿Qué tipo de revistas prefieres leer?	¿Posees Internet en tu casa?	¿Con qué frecuencia utilizas Internet?	¿Visitas páginas Web informativas?
N	Valid	60	60	60	60
	Missing	0	0	0	0
	Mean	2,47	1,00	1,12	1,18
	Median	2,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	2	1	1	1
	Std. Deviation	1,610	,000	,490	,390
	Skewness	1,159		4,751	1,679
	Std. Error of Skewness	,309	,309	,309	,309
	Kurtosis	,261		23,766	,846
	Std. Error of Kurtosis	,608	,608	,608	,608
	Sum	148	60	67	71

Statistics

		¿Visitas páginas Web educativas?	¿Visitas redes sociales?	¿Visitas páginas Web culturales?	¿Visitas páginas Web corporativas?
N	Valid	60	60	60	60
	Missing	0	0	0	0
	Mean	1,77	1,13	1,63	1,83
	Median	2,00	1,00	2,00	2,00

ANEXOS E

Mode	2	1	2	2
Std. Deviation	,427	,343	,486	,376
Skewness	-1,294	2,213	-,568	-1,835
Std. Error of Skewness	,309	,309	,309	,309
Kurtosis	-,339	2,996	-1,737	1,413
Std. Error of Kurtosis	,608	,608	,608	,608
Sum	106	68	98	110

Statistics

		¿Alguna vez has leído una revista digital?	¿Conoces la revista digital Tú en Línea?	¿Conoces la revista digital Tendencias 21?	¿Conoces la revista digital ProDavinci?
N	Valid	60	0	0	2
	Missing	0	60	60	58
	Mean	1,50			1,00
	Median	1,50			1,00
	Mode	1 ^a			1
	Std. Deviation	,504			,000
	Skewness	,000			
	Std. Error of Skewness	,309			
	Kurtosis	-2,070			
	Std. Error of Kurtosis	,608			
	Sum	90			2

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Statistics

		¿Conoces la revista digital ZP Magazine?	¿Conoces la revista digital Distortion?	¿Conoces la revista digital Bazar?	¿Conoces la revista digital Vouge?
N	Valid	0	0	0	2
	Missing	60	60	60	58
	Mean				1,00
	Median				1,00
	Mode				1
	Std. Deviation				,000

ANEXOS E

Sum				2

Statistics

		¿Conoces la revista digital IFAB?	¿Conoces la revista digital CyZone?	¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?	¿Conoces la revista digital BBC?
N	Valid	0	0	2	0
	Missing	60	60	58	60
	Mean			1,00	
	Median			1,00	
	Mode			1	
	Std. Deviation			,000	
	Sum			2	

Statistics

		¿Conoces la revista digital Interamericana de Bibliotecología?	¿Conoces la revista digital Entre Rayas?	¿Conoces la revista digital Metapolítica?	¿Conoces la revista digital Ecoinvest?
N	Valid	0	0	0	0
	Missing	60	60	60	60

Statistics

		¿Conoces la revista digital Glamour?	¿Conoces la revista digital PC World?	¿Conoces la revista digital PCmagazine?	¿Conoces la revista digital Exceso?
N	Valid	1	0	1	0
	Missing	59	60	59	60
	Mean	1,00		1,00	
	Median	1,00		1,00	
	Mode	1		1	
	Sum	1		1	

ANEXOS E

Statistics

		¿Conoces la revista digital Mecánica Popular?	¿Conoces la revista digital Sport Life?	¿Conoces la revista digital Hola?	¿Conoces la revista digital Geociencias?
N	Valid	0	0	0	0
	Missing	60	60	60	60

Statistics

		¿Conoces la revista digital Estampas?	¿Conoces la revista digital Psicología Científica?	¿Conoces la revista digital Psicología on Line?	¿Conoces la revista digital El Salmón?
N	Valid	0	0	0	0
	Missing	60	60	60	60

Statistics

		¿Conoces la revista digital Orbis?	¿Conoces la revista digital Negotium?	¿Conoces la revista digital Guayoyo en Letras?	¿Conoces la revista digital Factum?
N	Valid	3	1	3	1
	Missing	57	59	57	59
	Mean	1,00	1,00	1,00	1,00
	Median	1,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	1	1	1	1
	Std. Deviation	,000		,000	
	Std. Error of Skewness	1,225		1,225	
	Sum	3	1	3	1

Statistics

		¿Conoces la revista digital Vanity Fair?	¿Conoces la revista digital Photomagazine?	¿Conoces la revista digital Muheve?	¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?

ANEXOS E

N	Valid	1	1	1	1
	Missing	59	59	59	59
	Mean	1,00	1,00	1,00	1,00
	Median	1,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	1	1	1	1
	Sum	1	1	1	1

Statistics

		¿Conoces la revista digital Pijama Surf?	¿Conoces la revista digital Letralia?	¿Conoces la revista digital Dialnet?	¿Conoces la revista digital Plátano Verde?
N	Valid	1	1	1	1
	Missing	59	59	59	59
	Mean	1,00	1,00	1,00	1,00
	Median	1,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	1	1	1	1
	Sum	1	1	1	1

Statistics

		¿Conoces la revista digital Comunicación?	¿Conoces la revista digital The Daily?	¿Conoces la revista digital Economist?	¿Conoces la revista digital Time?
N	Valid	1	1	1	1
	Missing	59	59	59	59
	Mean	1,00	1,00	1,00	1,00
	Median	1,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	1	1	1	1
	Sum	1	1	1	1

Statistics

		¿Conoces la revista digital Razor Monkey?	¿Conoces la revista digital Vida Extrema?	¿Conoces la revista digital Rolling Stone Magazine?	¿Conoces la revista digital Marca?

ANEXOS E

N	Valid	1	0	0	0
	Missing	59	60	60	60
	Mean	1,00			
	Median	1,00			
	Mode	1			
	Sum	1			

Statistics

		¿Conoces la revista digital 7 Capas?	¿Conoces la revista digital Urbe Bikini?	¿Conoces la revista digital LaDoce?	¿Conoces la revista digital Acceso Directv?
N	Valid	0	0	0	0
	Missing	60	60	60	60

Statistics

		¿Conoces la revista digital Prisma?	¿Conoces la revista digital BussinesWeek?	¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?
N	Valid	0	0	52	52
	Missing	60	60	8	8
	Mean			1,69	1,33
	Median			2,00	1,00
	Mode			2	1
	Std. Deviation			,466	,474
	Skewness			-,858	,760
	Std. Error of Skewness			,330	,330
	Kurtosis			-1,315	-1,481
	Std. Error of Kurtosis			,650	,650
	Sum			88	69

Statistics

ANEXOS E

		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?
N	Valid	52	54	54	54
	Missing	8	6	6	6
	Mean	1,92	2,00	1,43	1,41
	Median	2,00	2,00	1,00	1,00
	Mode	2	2	1	1
	Std. Deviation	,269	,000	,499	,496
	Skewness	-3,271		,308	,388
	Std. Error of Skewness	,330	,325	,325	,325
	Kurtosis	9,043		-1,980	-1,922
	Std. Error of Kurtosis	,650	,639	,639	,639
	Sum	100	108	77	76

Statistics

		¿Conoces el término Underground?	¿Te identificas con este estilo?	¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?	¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?
N	Valid	60	60	60	60
	Missing	0	0	0	0
	Mean	1,10	1,68	1,33	1,57
	Median	1,00	2,00	1,00	2,00
	Mode	1	2	1	2
	Std. Deviation	,303	,469	,475	,500
	Skewness	2,736	-,809	,725	-,276
	Std. Error of Skewness	,309	,309	,309	,309
	Kurtosis	5,671	-1,394	-1,526	-1,991
	Std. Error of Kurtosis	,608	,608	,608	,608
	Sum	66	101	80	94

Statistics

ANEXOS E

		¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?	¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?	¿No has asistido a ninguno?	¿Leerías una revista digital de corte underground?
N	Valid	60	60	60	60
	Missing	0	0	0	0
	Mean	1,88	1,98	1,77	1,23
	Median	2,00	2,00	2,00	1,00
	Mode	2	2	2	1
	Std. Deviation	,324	,129	,427	,427
	Skewness	-2,450	-7,746	-1,294	1,294
	Std. Error of Skewness	,309	,309	,309	,309
	Kurtosis	4,139	60,000	-,339	-,339
	Std. Error of Kurtosis	,608	,608	,608	,608
	Sum	113	119	106	74

Statistics

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?
N	Valid	46	46	46	46
	Missing	14	14	14	14
	Mean	1,20	1,39	1,59	1,50
	Median	1,00	1,00	2,00	1,50
	Mode	1	1	2	1 ^a
	Std. Deviation	,401	,493	,498	,506
	Skewness	1,587	,461	-,365	,000
	Std. Error of Skewness	,350	,350	,350	,350
	Kurtosis	,539	-1,871	-1,954	-2,093
	Std. Error of Kurtosis	,688	,688	,688	,688
	Sum	55	64	73	69

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

ANEXOS E

Statistics

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?
N	Valid	46	46	46	46
	Missing	14	14	14	14
	Mean	1,89	1,87	1,54	1,11
	Median	2,00	2,00	2,00	1,00
	Mode	2	2	2	1
	Std. Deviation	,315	,341	,504	,526
	Skewness	-2,600	-2,269	-,181	,140
	Std. Error of Skewness	,350	,350	,350	,350
	Kurtosis	4,974	3,291	-2,059	,676
	Std. Error of Kurtosis	,688	,688	,688	,688
	Sum	87	86	71	51

Statistics

		¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?	¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?
N	Valid	46	46
	Missing	14	14
	Mean	2,17	1,20
	Median	2,00	1,00
	Mode	3	1
	Std. Deviation	,926	,401
	Skewness	-,011	1,587
	Std. Error of Skewness	,350	,350
	Kurtosis	-1,237	,539

ANEXOS E

Std. Error of Kurtosis	,688	,688
Sum	100	55

Frequency Table

		Edad			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16	1	1,7	1,7	1,7
	18	1	1,7	1,7	3,3
	19	6	10,0	10,0	13,3
	20	3	5,0	5,0	18,3
	21	5	8,3	8,3	26,7
	22	11	18,3	18,3	45,0
	23	17	28,3	28,3	73,3
	24	8	13,3	13,3	86,7
	25	4	6,7	6,7	93,3
	26	3	5,0	5,0	98,3
	32	1	1,7	1,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

		Sexo			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Masculino	23	38,3	38,3	38,3
	Femenino	37	61,7	61,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿Usas Internet?

ANEXOS E

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	60	100,0	100,0	100,0

¿Lees revistas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	60	100,0	100,0	100,0

¿Qué tipo de revistas prefieres leer?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Especializadas	19	31,7	31,7	31,7
	Variedades	23	38,3	38,3	70,0
	Políticas	3	5,0	5,0	75,0
	Deportivas	8	13,3	13,3	88,3
	De Actualidad	7	11,7	11,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿Posees Internet en tu casa?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	60	100,0	100,0	100,0

¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Diariamente	56	93,3	93,3	93,3
	De 2 a 4 días a la semana	2	3,3	3,3	96,7
	1 día a la semana	1	1,7	1,7	98,3

ANEXOS E

Menos de 1 día a la semana	1	1,7	1,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

¿Visitas páginas Web informativas?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	49	81,7	81,7	81,7
No	11	18,3	18,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

¿Visitas páginas Web educativas?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	14	23,3	23,3	23,3
No	46	76,7	76,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

¿Visitas redes sociales?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	52	86,7	86,7	86,7
No	8	13,3	13,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

¿Visitas páginas Web culturales?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	22	36,7	36,7	36,7
No	38	63,3	63,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

ANEXOS E

¿Visitas páginas Web corporativas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	10	16,7	16,7	16,7
	No	50	83,3	83,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿Alguna vez has leído una revista digital?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	30	50,0	50,0	50,0
	No	30	50,0	50,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿Conoces la revista digital Tú en Línea?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Tendencias 21?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital ProDavinci?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	2	3,3	100,0	100,0
Missing	System	58	96,7		
	Total	60	100,0		

ANEXOS E

¿Conoces la revista digital ZP Magazine?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Distorxion?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Bazar?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Vouge?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	2	3,3	100,0	100,0
Missing System	58	96,7		
Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital IFAB?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital CyZone?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

ANEXOS E

¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	2	3,3	100,0	100,0
Missing	System	58	96,7		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital BBC?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Interamericana de Bibliotecología?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Entre Rayas?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Metapolítica?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Ecoinvest?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

ANEXOS E

¿Conoces la revista digital Glamour?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital PC World?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital PCmagazine?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Exceso?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Mecánica

Popular?

		Frequency	Percent
Missing	System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Sport Life?

ANEXOS E

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Hola?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Geociencias?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Estampas?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Psicología Científica?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Psicología on Line?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital El Salmón?

	Frequency	Percent

ANEXOS E

¿Conoces la revista digital El Salmón?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Orbis?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	3	5,0	100,0	100,0
Missing System	57	95,0		
Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Negotium?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing System	59	98,3		
Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Guayoyo en Letras?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	3	5,0	100,0	100,0
Missing System	57	95,0		
Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Factum?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing System	59	98,3		
Total	60	100,0		

ANEXOS E

¿Conoces la revista digital Vanity Fair?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Photomagazine?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Muheve?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Pijama Surf?

ANEXOS E

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Letralia?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Dialnet?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Plátano Verde?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Comunicación?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0

ANEXOS E

Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital The Daily?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Economist?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Time?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

¿Conoces la revista digital Razor Monkey?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	100,0	100,0
Missing	System	59	98,3		
	Total	60	100,0		

ANEXOS E

¿Conoces la revista digital Vida Extrema?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Rolling Stone Magazine?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Marca?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital 7 Capas?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Urbe Bikini?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital LaDoce?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Acceso Directv?

ANEXOS E

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital Prisma?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Conoces la revista digital BussinesWeek?

	Frequency	Percent
Missing System	60	100,0

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	16	26,7	30,8	30,8
	2	36	60,0	69,2	100,0
	Total	52	86,7	100,0	
Missing	System	8	13,3		
	Total	60	100,0		

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	35	58,3	67,3	67,3
	2	17	28,3	32,7	100,0
	Total	52	86,7	100,0	
Missing	System	8	13,3		
	Total	60	100,0		

ANEXOS E

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	4	6,7	7,7	7,7
	2	48	80,0	92,3	100,0
	Total	52	86,7	100,0	
Missing	System	8	13,3		
	Total	60	100,0		

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	54	90,0	100,0	100,0
Missing	System	6	10,0		
	Total	60	100,0		

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	31	51,7	57,4	57,4
	2	23	38,3	42,6	100,0
	Total	54	90,0	100,0	
Missing	System	6	10,0		
	Total	60	100,0		

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	32	53,3	59,3	59,3
	2	22	36,7	40,7	100,0
	Total	54	90,0	100,0	

ANEXOS E

Missing	System	6	10,0		
	Total	60	100,0		

¿Conoces el término Underground?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	54	90,0	90,0	90,0
	No	6	10,0	10,0	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿Te identificas con este estilo?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	19	31,7	31,7	31,7
	No	41	68,3	68,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	40	66,7	66,7	66,7
	2	20	33,3	33,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	26	43,3	43,3	43,3
	2	34	56,7	56,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

ANEXOS E

¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	7	11,7	11,7	11,7
	2	53	88,3	88,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	1,7	1,7	1,7
	2	59	98,3	98,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿No has asistido a ninguno?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	14	23,3	23,3	23,3
	2	46	76,7	76,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

¿Leerías una revista digital de corte underground?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	46	76,7	76,7	76,7
	2	14	23,3	23,3	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

ANEXOS E

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de
Música?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	37	61,7	80,4	80,4
	2	9	15,0	19,6	100,0
	Total	46	76,7	100,0	
Missing	System	14	23,3		
	Total	60	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de
Próximos Eventos?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	28	46,7	60,9	60,9
	2	18	30,0	39,1	100,0
	Total	46	76,7	100,0	
Missing	System	14	23,3		
	Total	60	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de
Entrevistas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	19	31,7	41,3	41,3
	2	27	45,0	58,7	100,0
	Total	46	76,7	100,0	
Missing	System	14	23,3		
	Total	60	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de
Diseño?

ANEXOS E

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	23	38,3	50,0	50,0
	2	23	38,3	50,0	100,0
	Total	46	76,7	100,0	
Missing	System	14	23,3		
	Total	60	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	5	8,3	10,9	10,9
	2	41	68,3	89,1	100,0
	Total	46	76,7	100,0	
Missing	System	14	23,3		
	Total	60	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	6	10,0	13,0	13,0
	2	40	66,7	87,0	100,0
	Total	46	76,7	100,0	
Missing	System	14	23,3		
	Total	60	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

ANEXOS E

Valid	Sí	21	35,0	45,7	45,7
	2	25	41,7	54,3	100,0
	Total	46	76,7	100,0	
Missing	System	14	23,3		
	Total	60	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No	4	6,7	8,7	8,7
	Sí	33	55,0	71,7	80,4
	2	9	15,0	19,6	100,0
	Total	46	76,7	100,0	
Missing	System	14	23,3		
	Total	60	100,0		

¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Semanal	14	23,3	30,4	30,4
	Quincenal	12	20,0	26,1	56,5
	Mensual	18	30,0	39,1	95,7
	Bimestral	2	3,3	4,3	100,0
	Total	46	76,7	100,0	
Missing	System	14	23,3		
	Total	60	100,0		

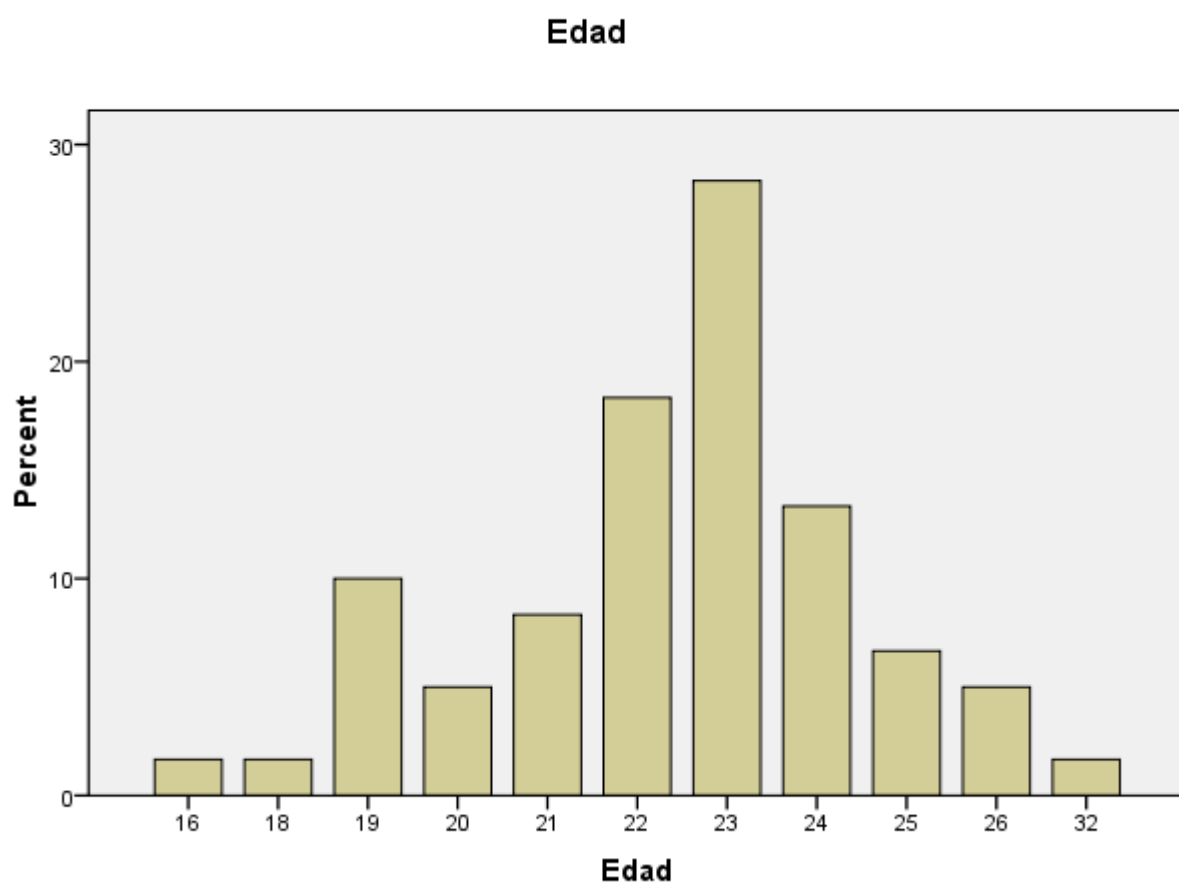
¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

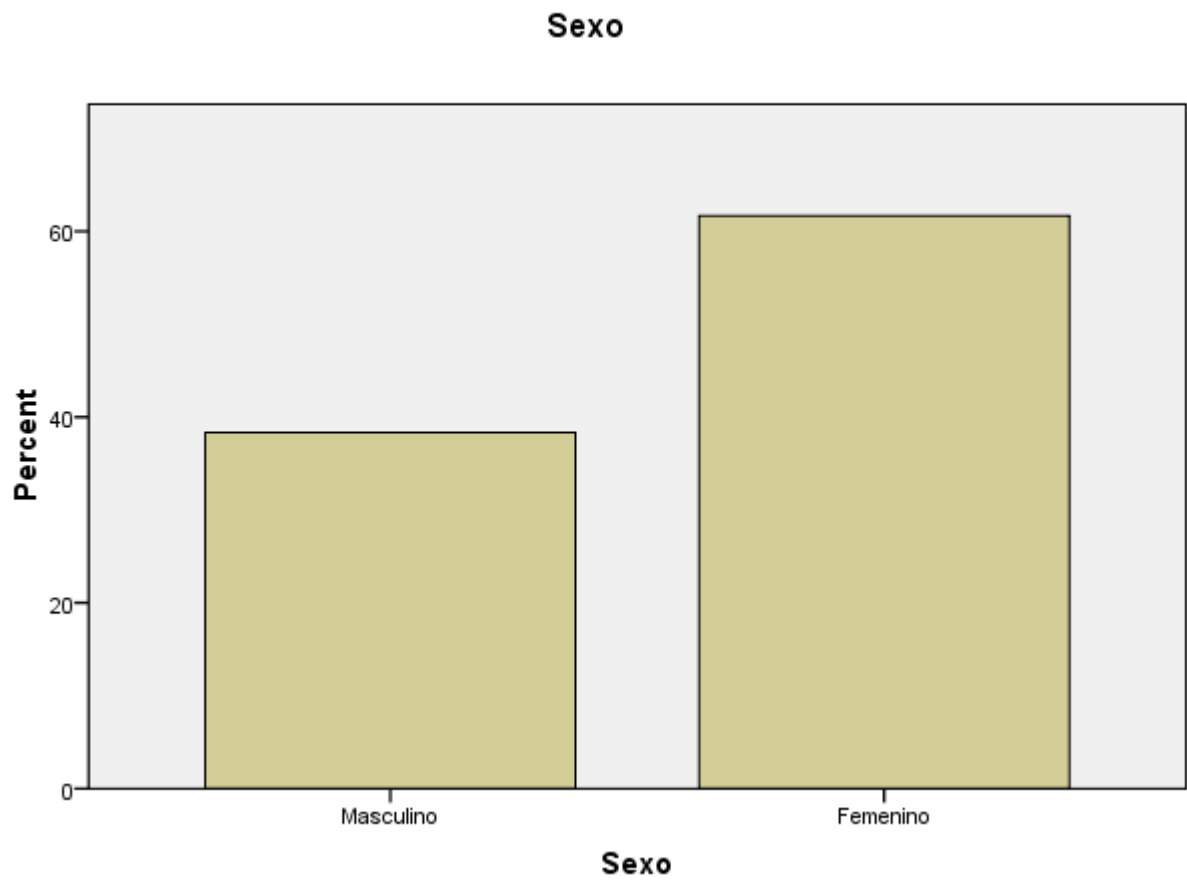
ANEXOS E

Valid	Sí	37	61,7	80,4	80,4
	No	9	15,0	19,6	100,0
	Total	46	76,7	100,0	
Missing	System	14	23,3		
	Total	60	100,0		

Bar Chart

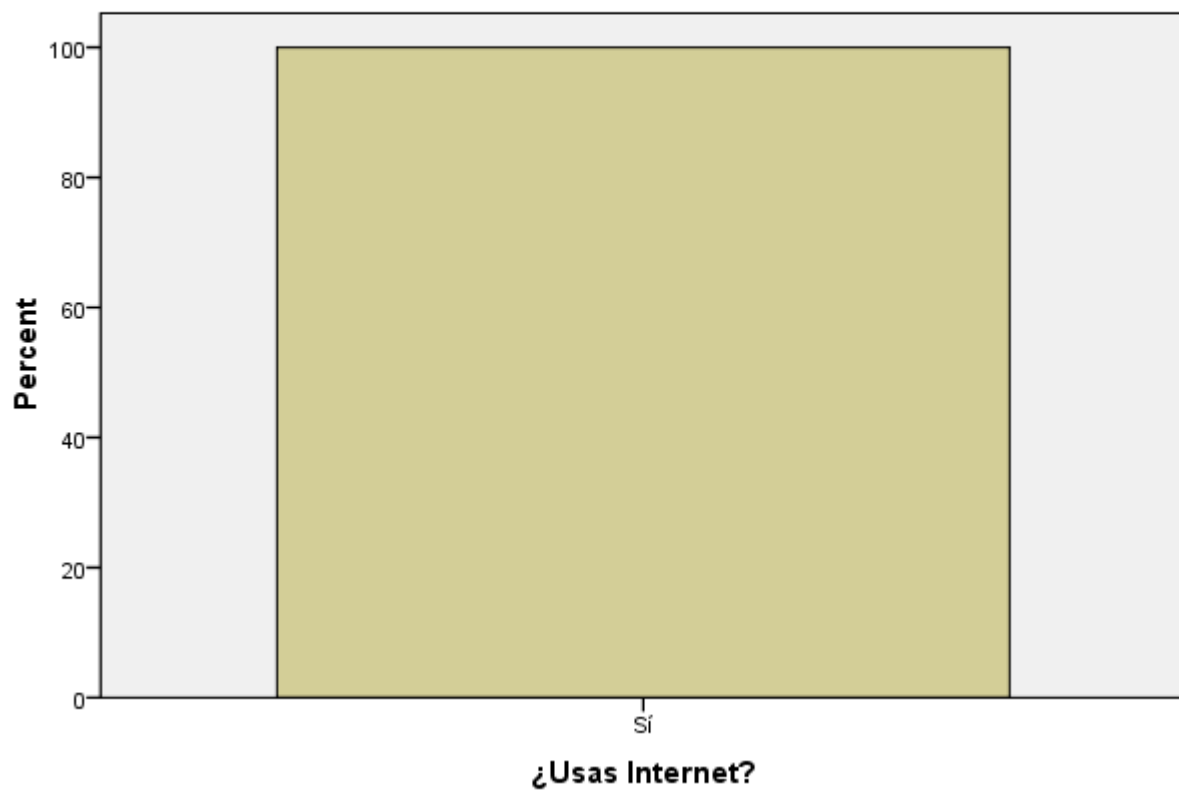


ANEXOS E



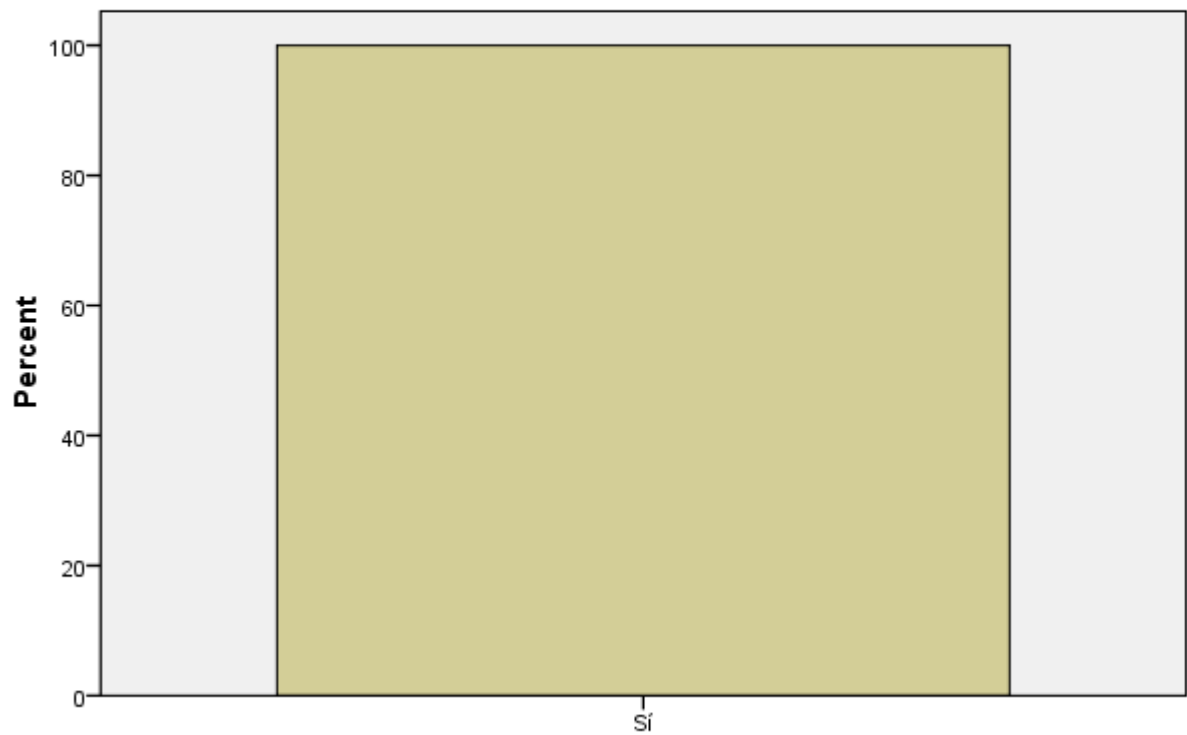
ANEXOS E

¿Usas Internet?



ANEXOS E

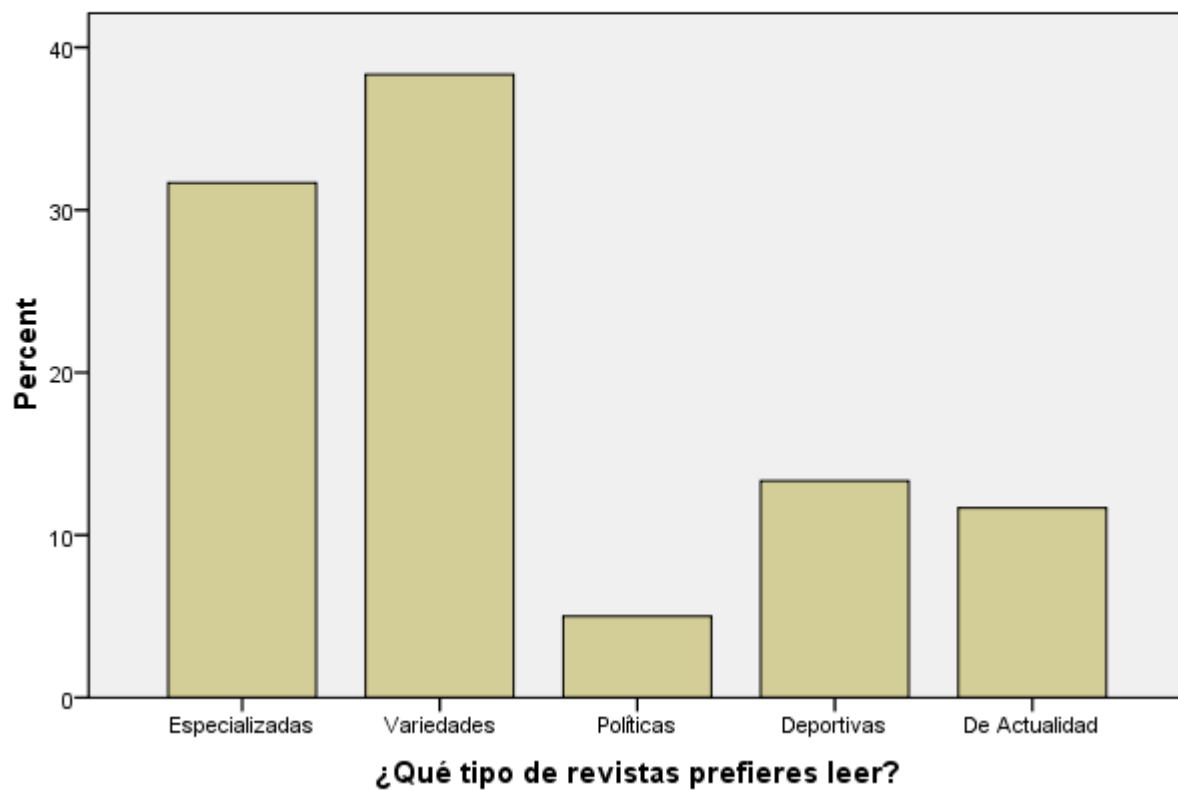
¿Lees revistas?



¿Lees revistas?

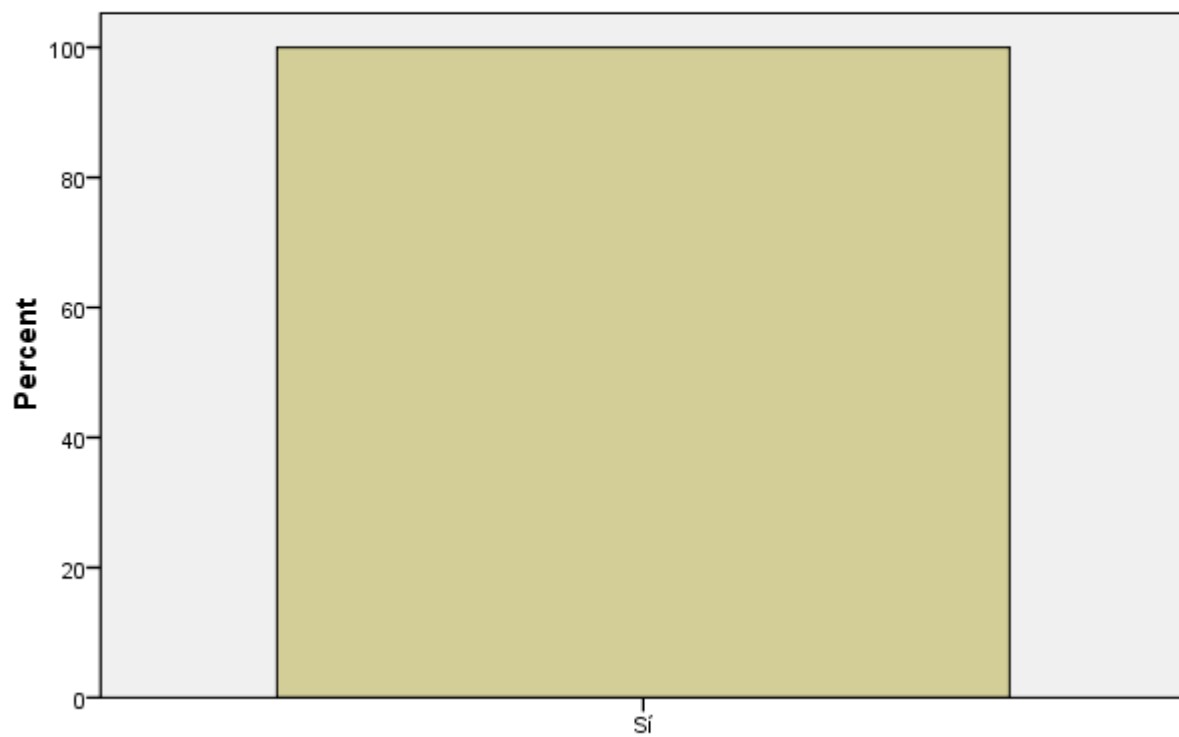
ANEXOS E

¿Qué tipo de revistas prefieres leer?



ANEXOS E

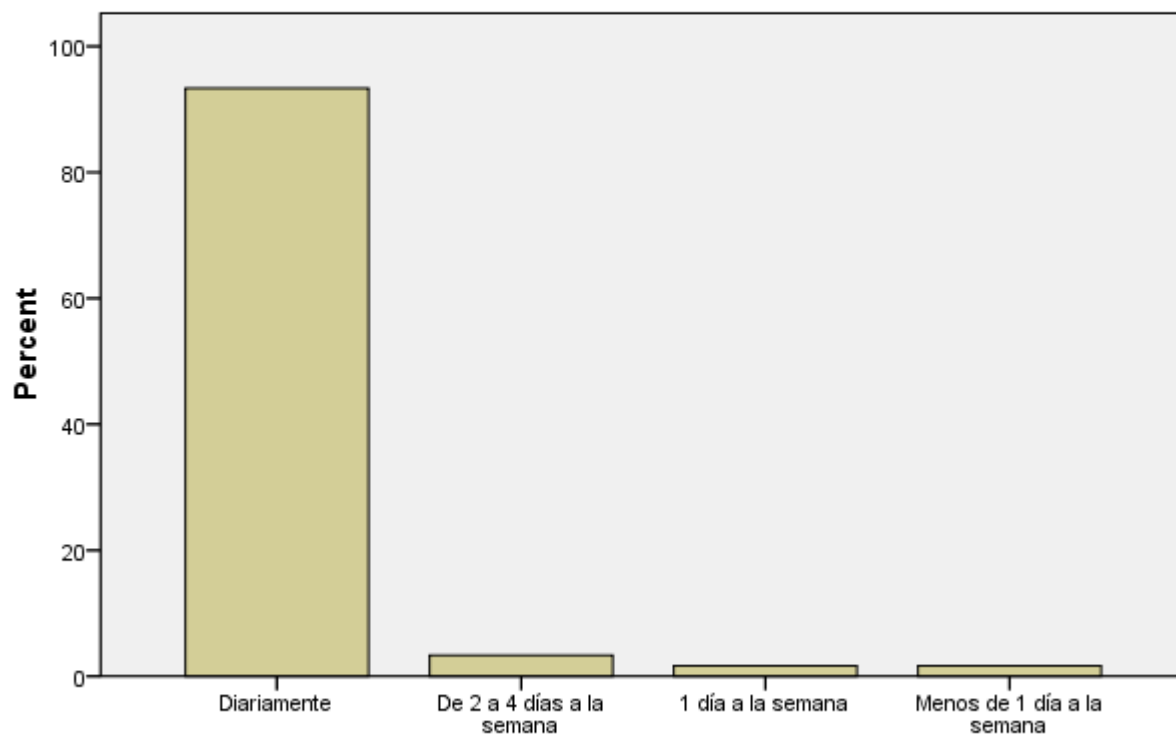
¿Posees Internet en tu casa?



¿Posees Internet en tu casa?

ANEXOS E

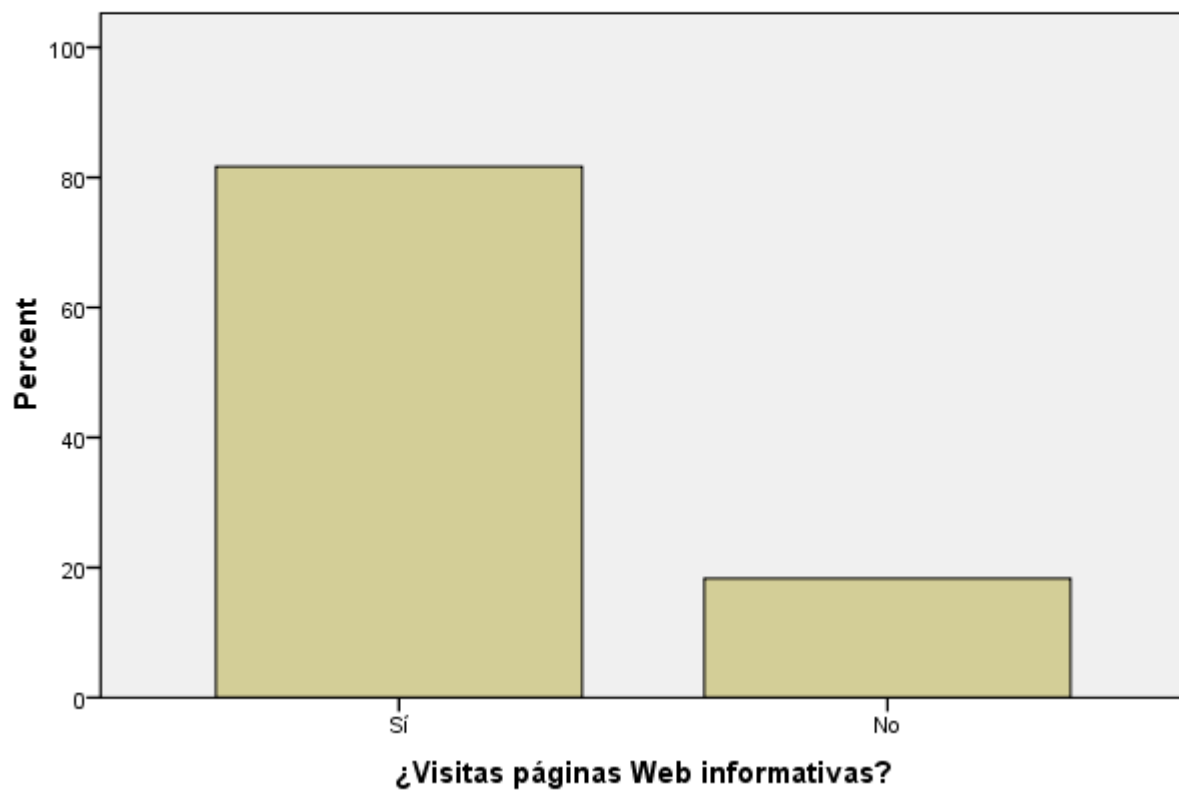
¿Con qué frecuencia utilizas Internet?



¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

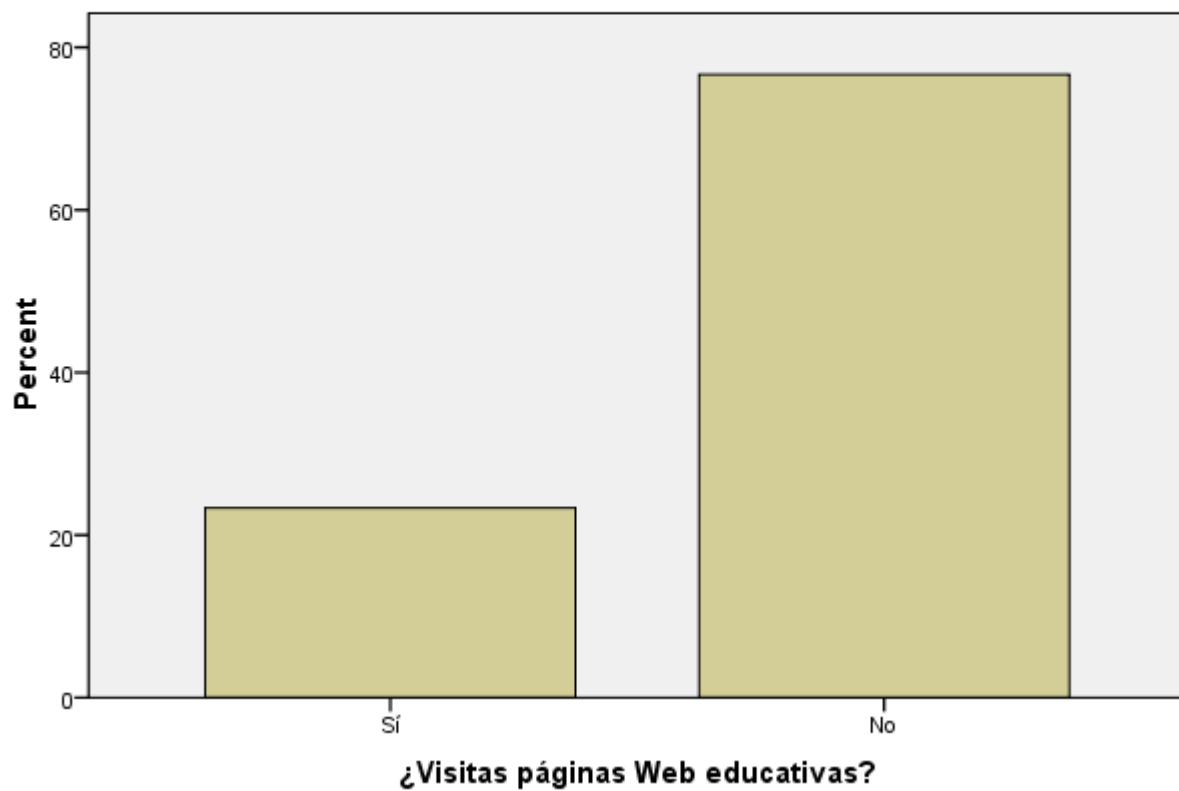
ANEXOS E

¿Visitas páginas Web informativas?



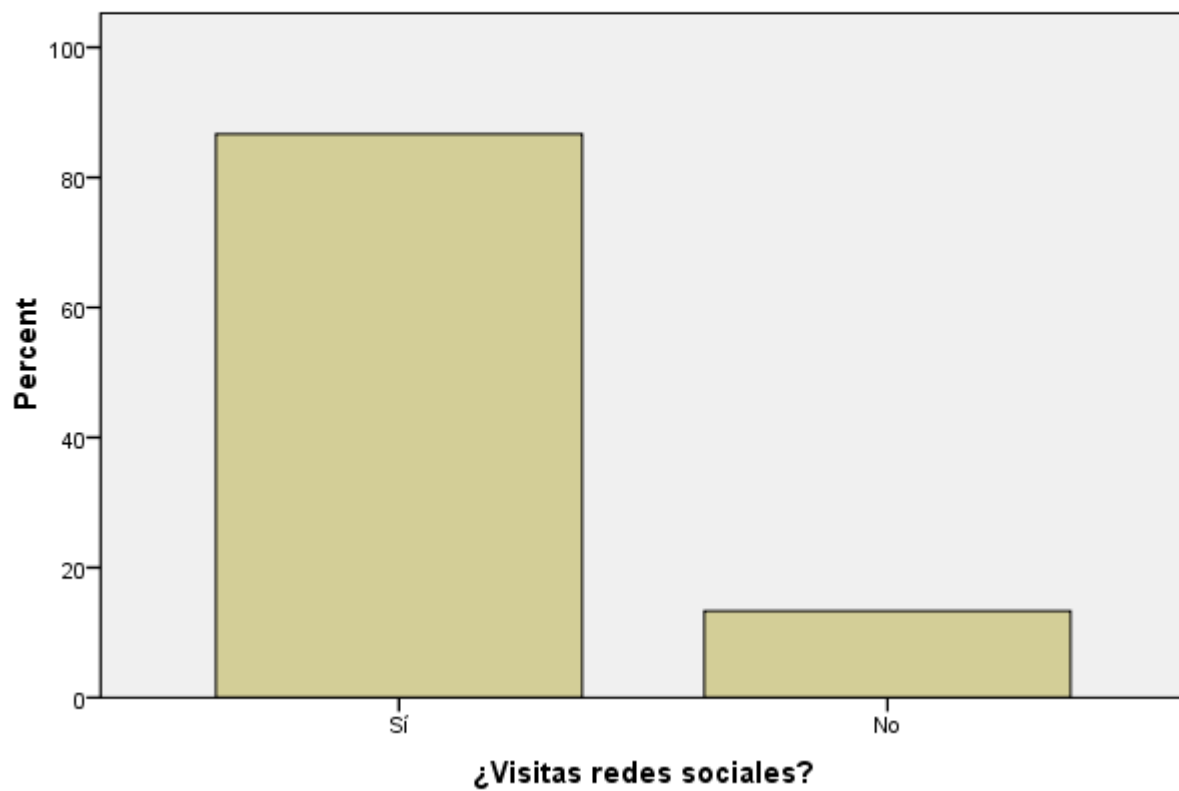
ANEXOS E

¿Visitas páginas Web educativas?



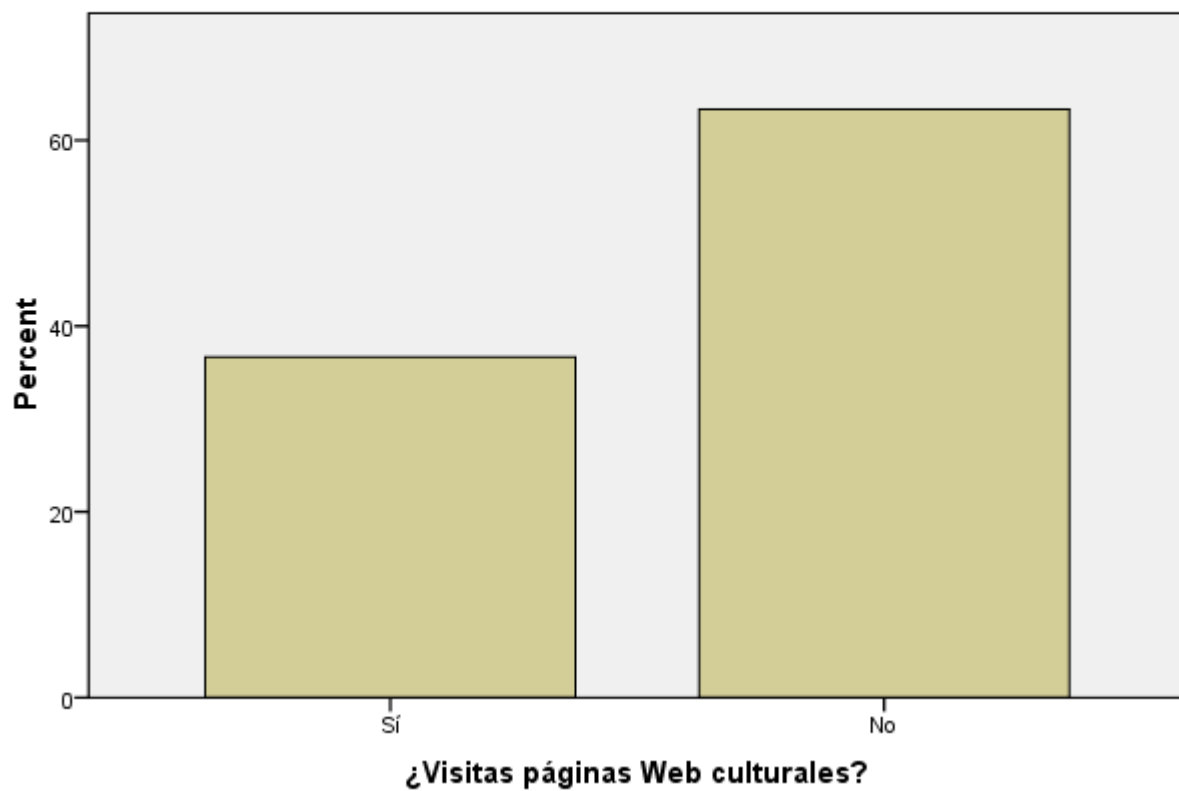
ANEXOS E

¿Visitas redes sociales?



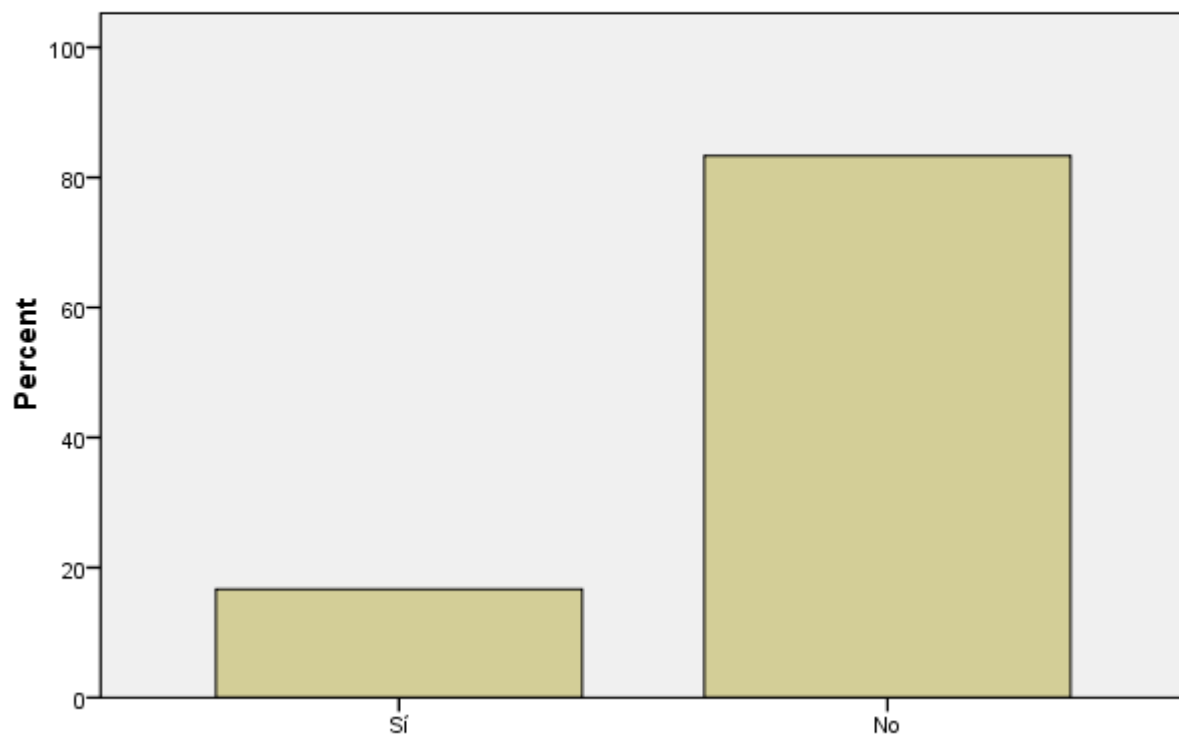
ANEXOS E

¿Visitas páginas Web culturales?



ANEXOS E

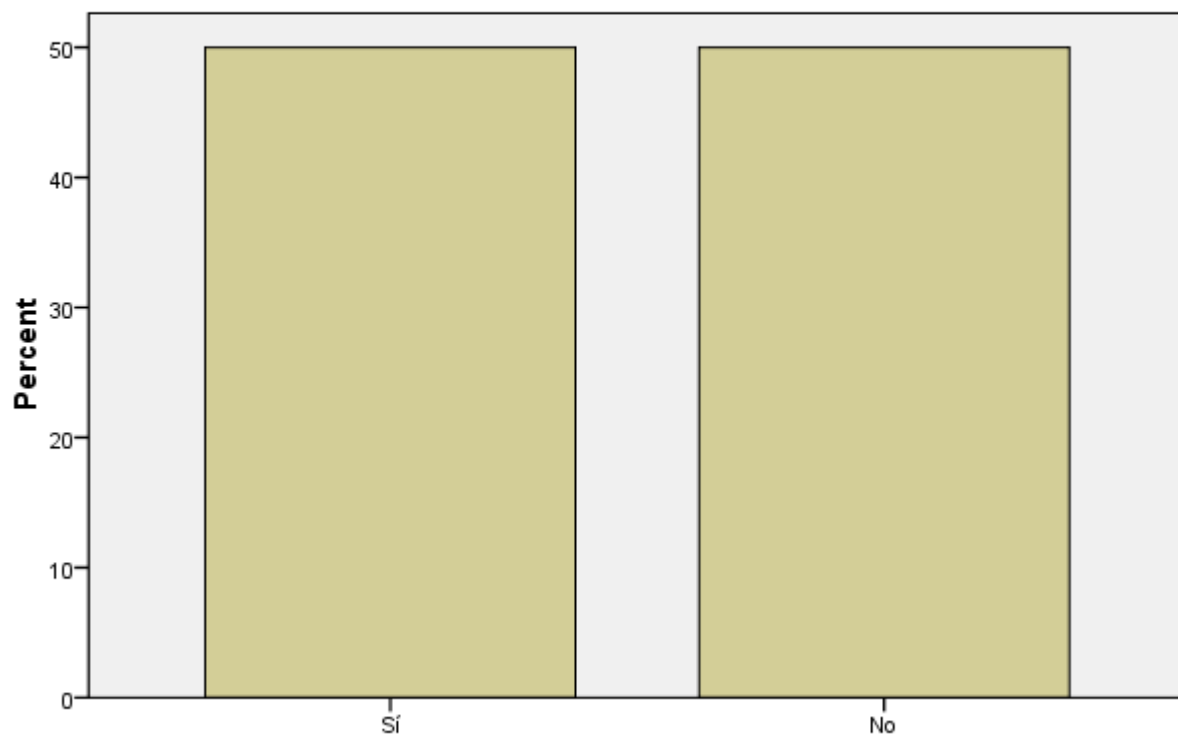
¿Visitas páginas Web corporativas?



¿Visitas páginas Web corporativas?

ANEXOS E

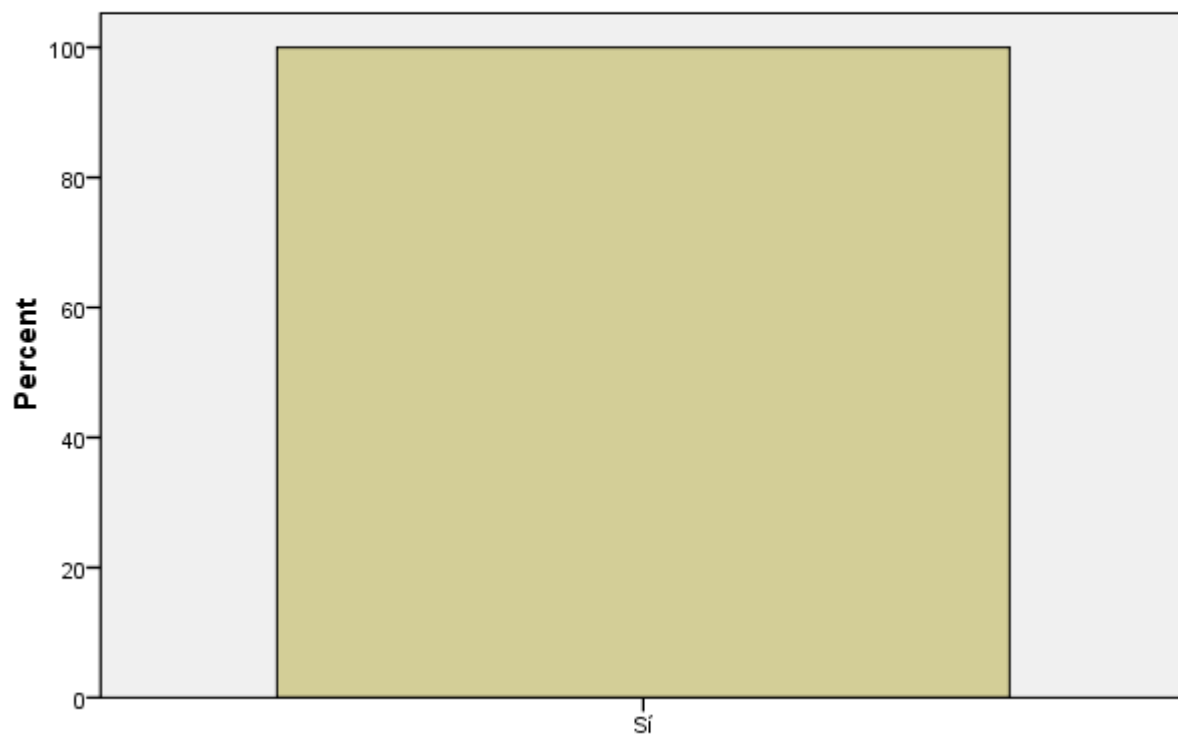
¿Alguna vez has leído una revista digital?



¿Alguna vez has leído una revista digital?

ANEXOS E

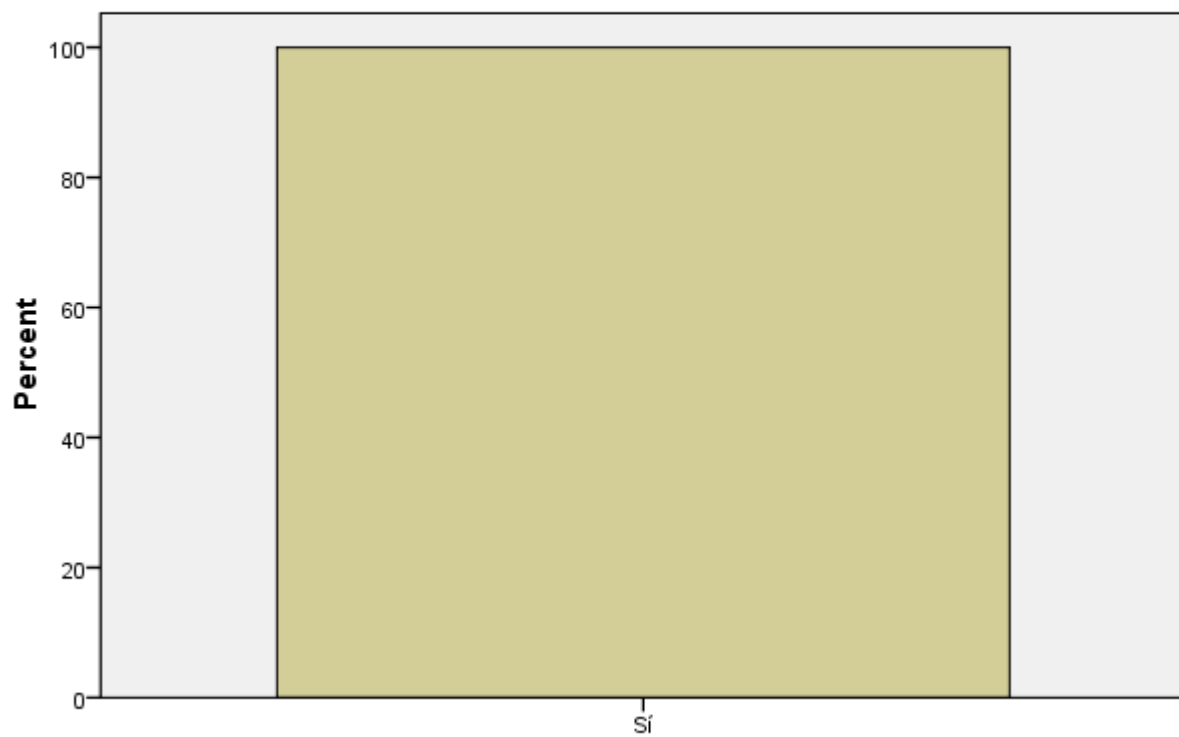
¿Conoces la revista digital ProDavinci?



¿Conoces la revista digital ProDavinci?

ANEXOS E

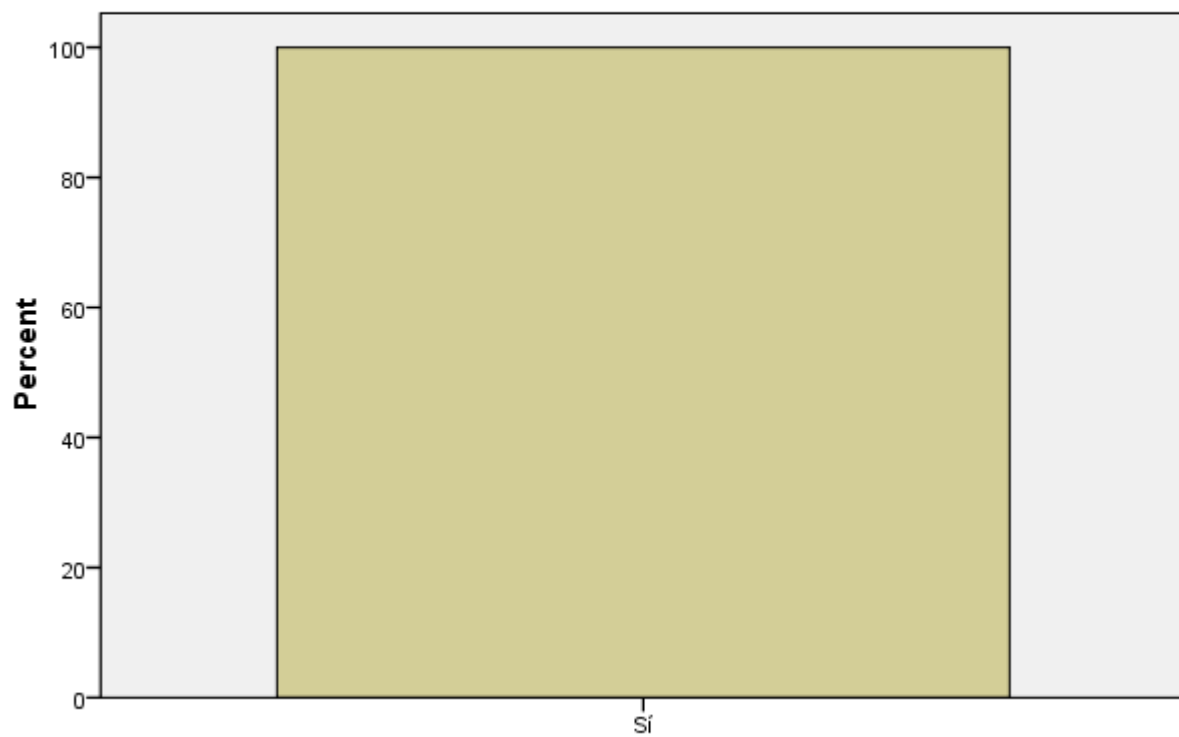
¿Conoces la revista digital Vouge?



¿Conoces la revista digital Vouge?

ANEXOS E

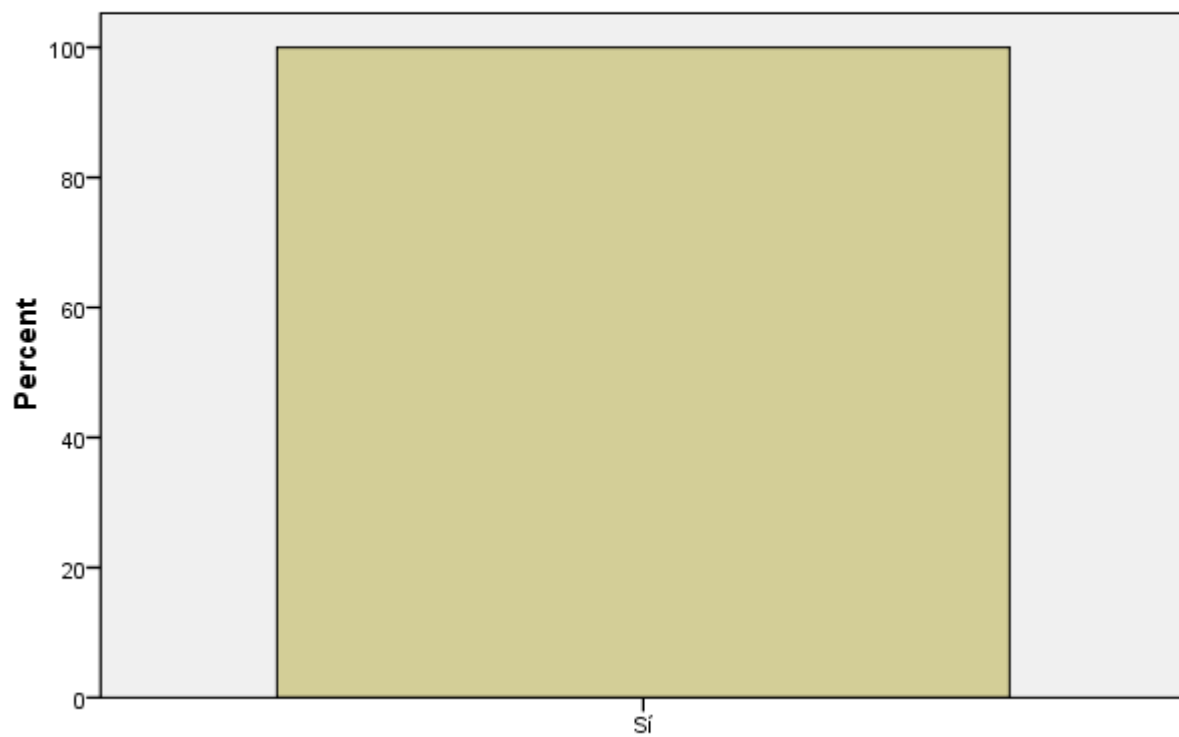
¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?



¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?

ANEXOS E

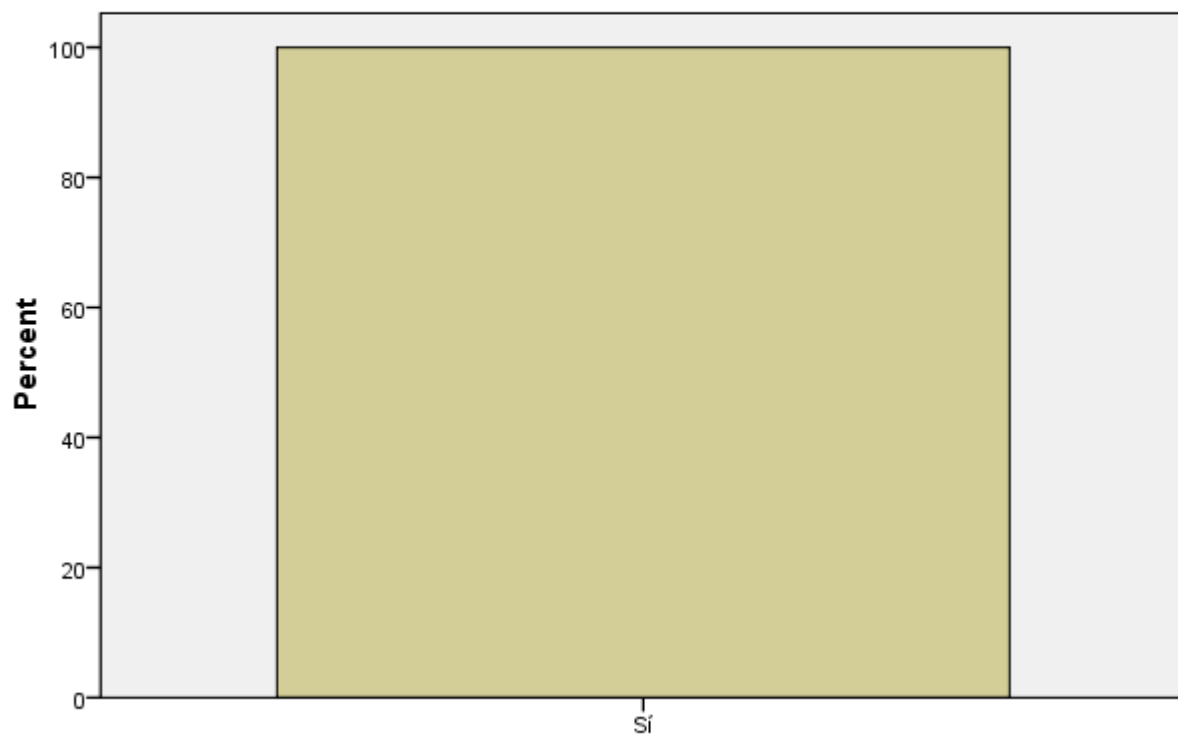
¿Conoces la revista digital Glamour?



¿Conoces la revista digital Glamour?

ANEXOS E

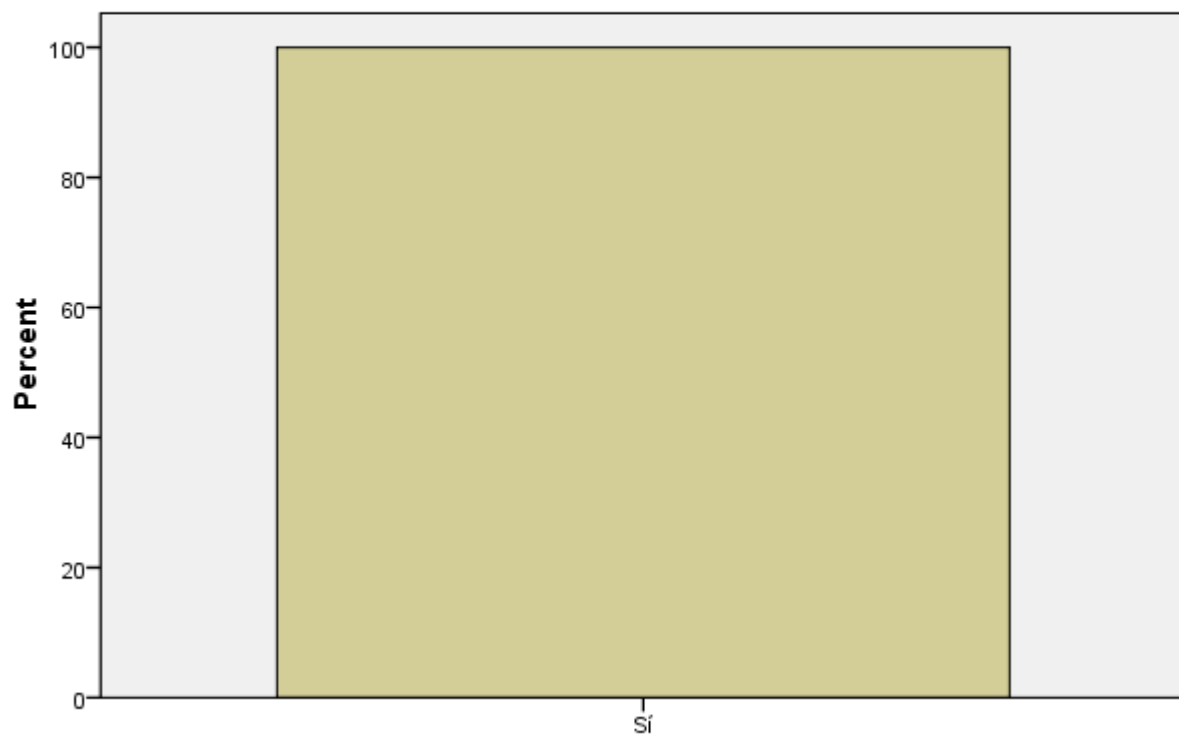
¿Conoces la revista digital PCmagazine?



¿Conoces la revista digital PCmagazine?

ANEXOS E

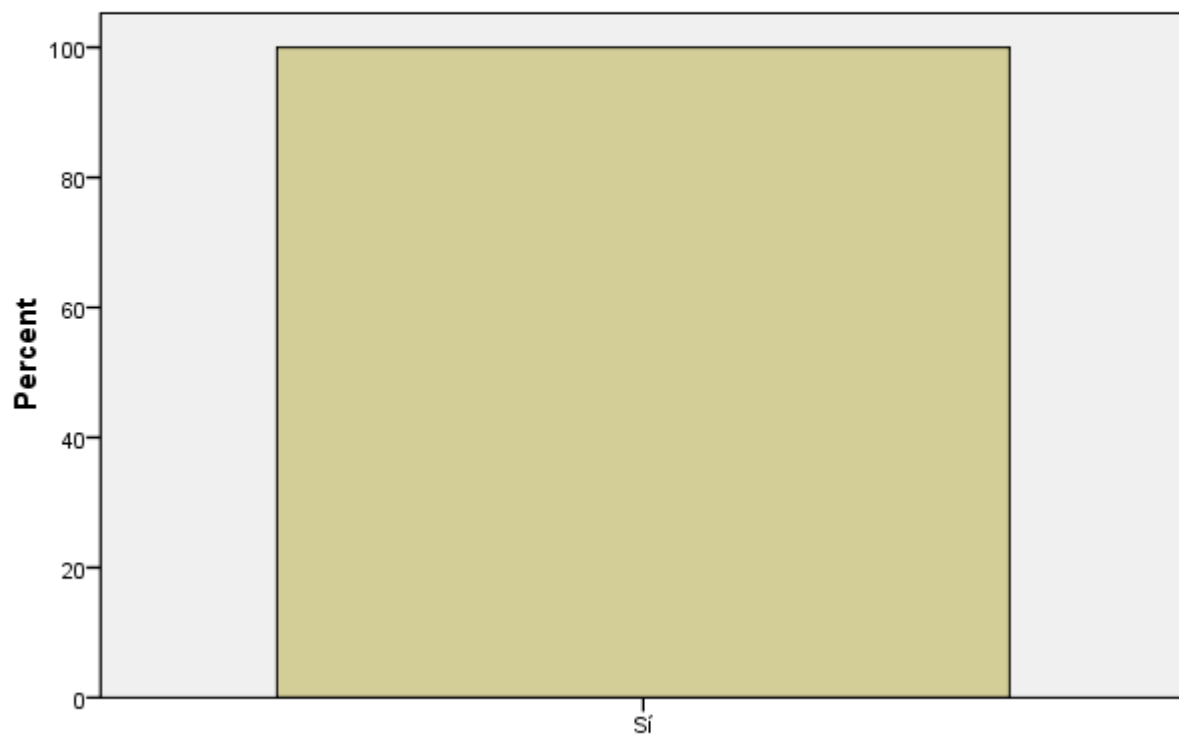
¿Conoces la revista digital Orbis?



¿Conoces la revista digital Orbis?

ANEXOS E

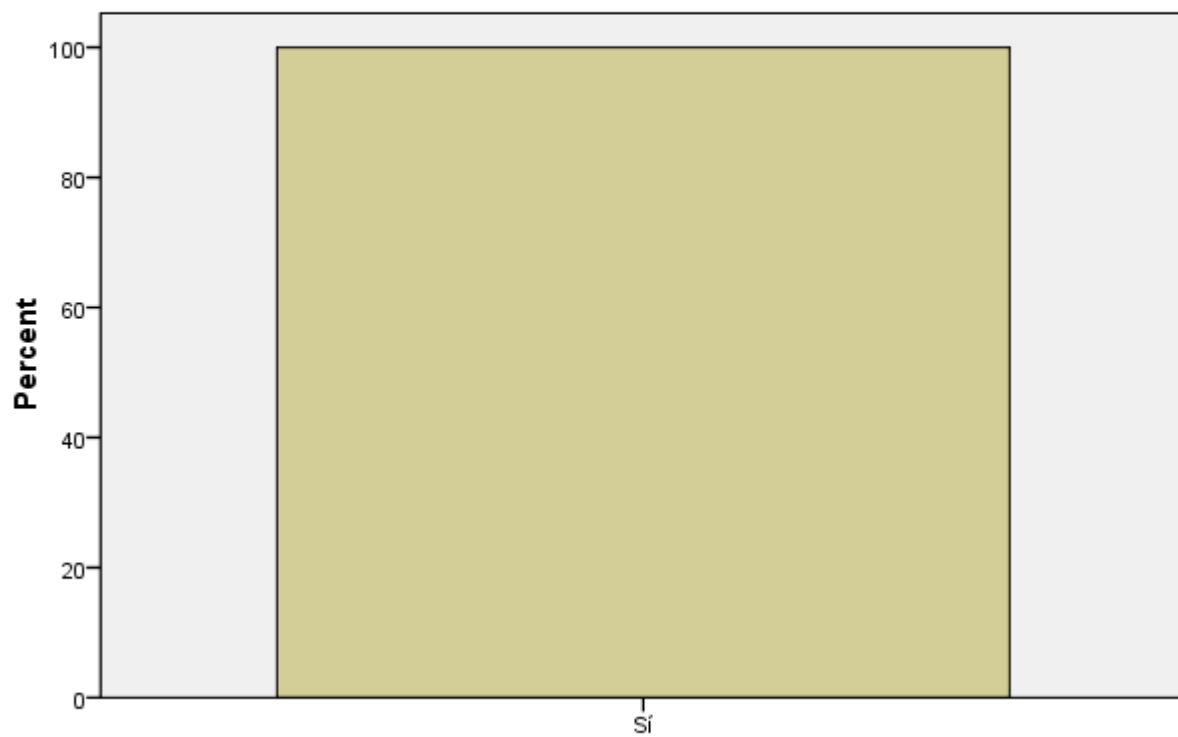
¿Conoces la revista digital Negotium?



¿Conoces la revista digital Negotium?

ANEXOS E

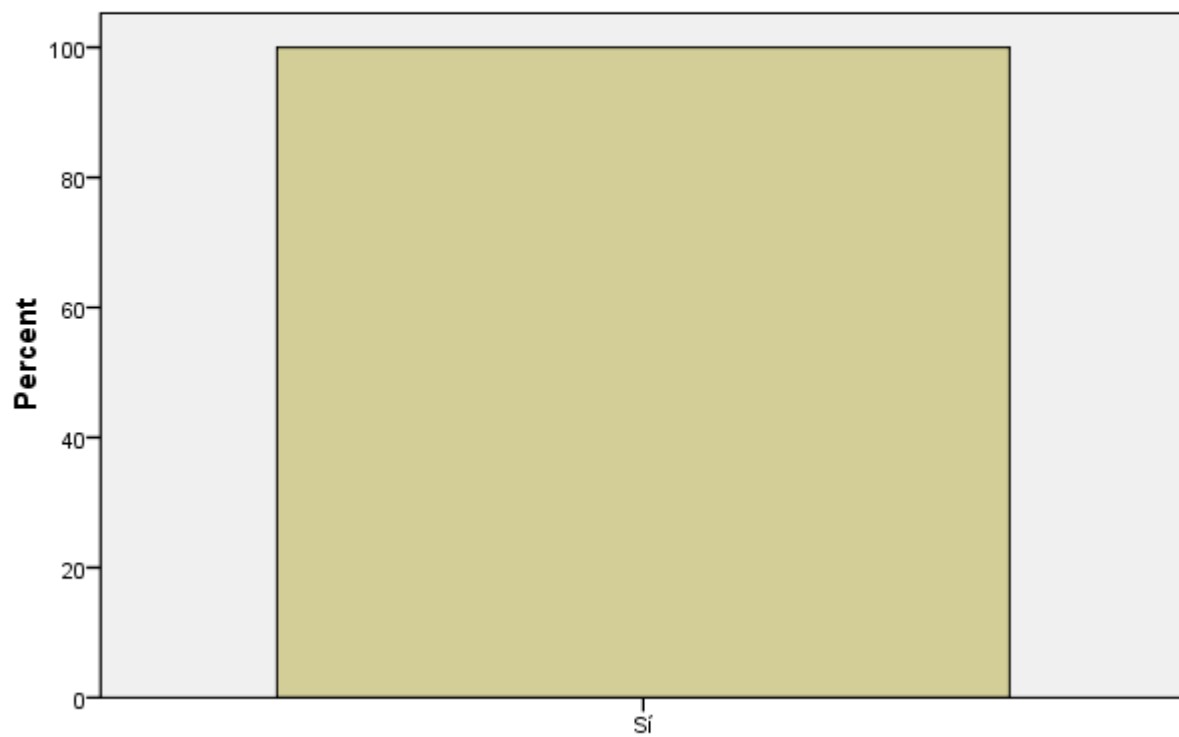
¿Conoces la revista digital Guayoyo en Letras?



¿Conoces la revista digital Guayoyo en Letras?

ANEXOS E

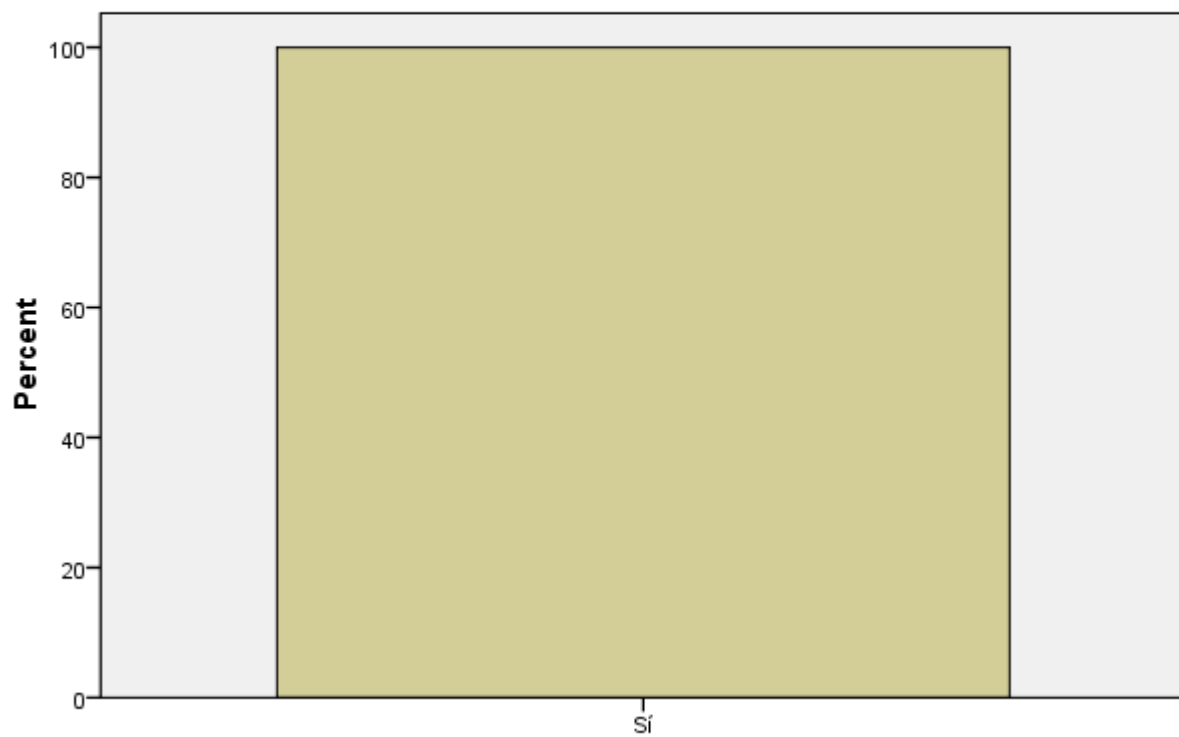
¿Conoces la revista digital Factum?



¿Conoces la revista digital Factum?

ANEXOS E

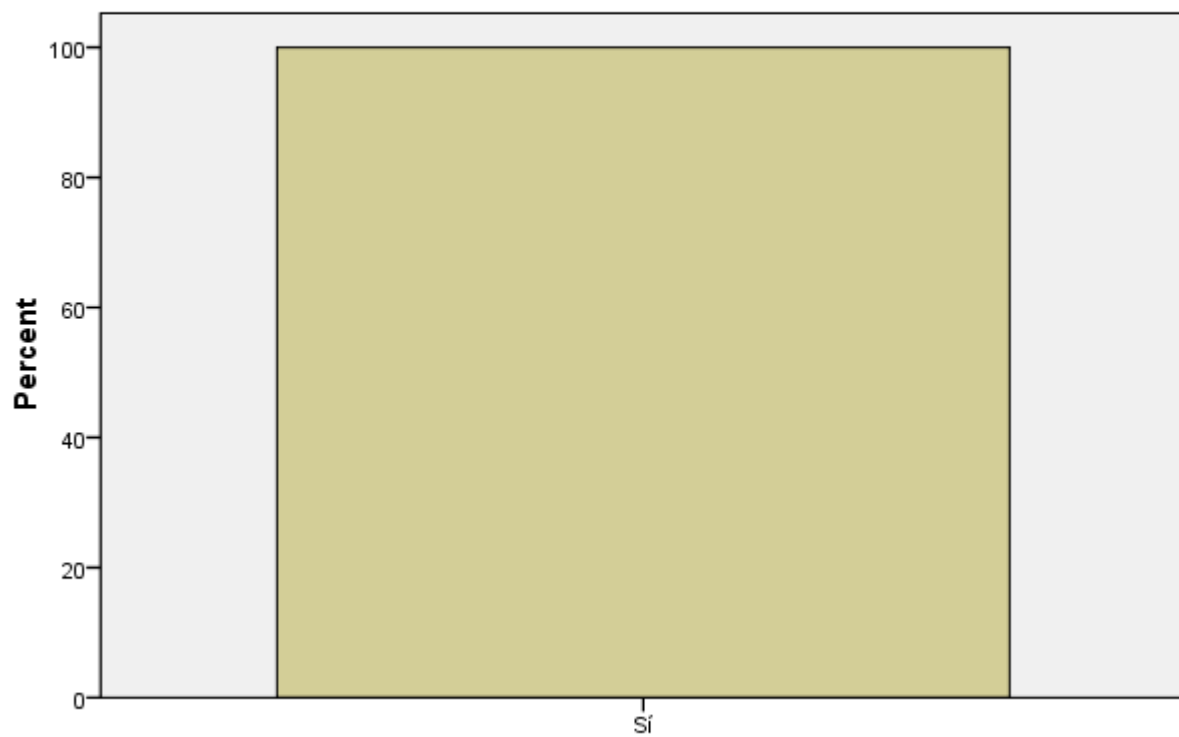
¿Conoces la revista digital Vanity Fair?



¿Conoces la revista digital Vanity Fair?

ANEXOS E

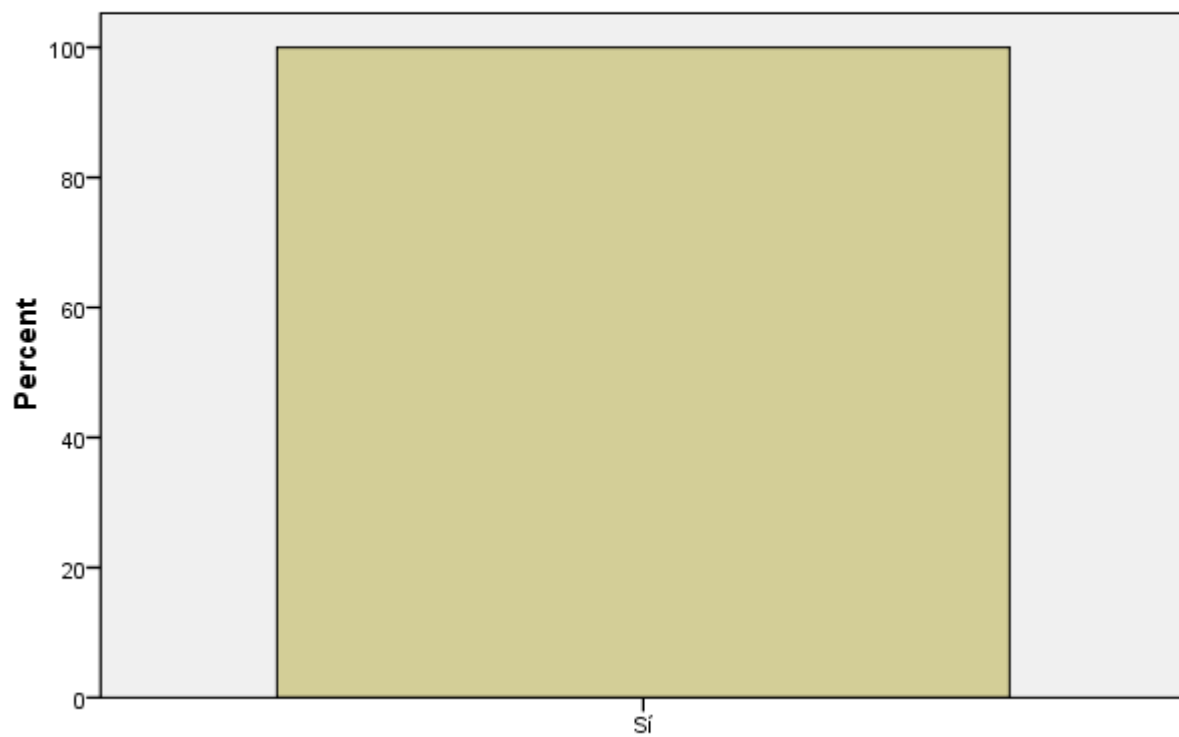
¿Conoces la revista digital Photomagazine?



¿Conoces la revista digital Photomagazine?

ANEXOS E

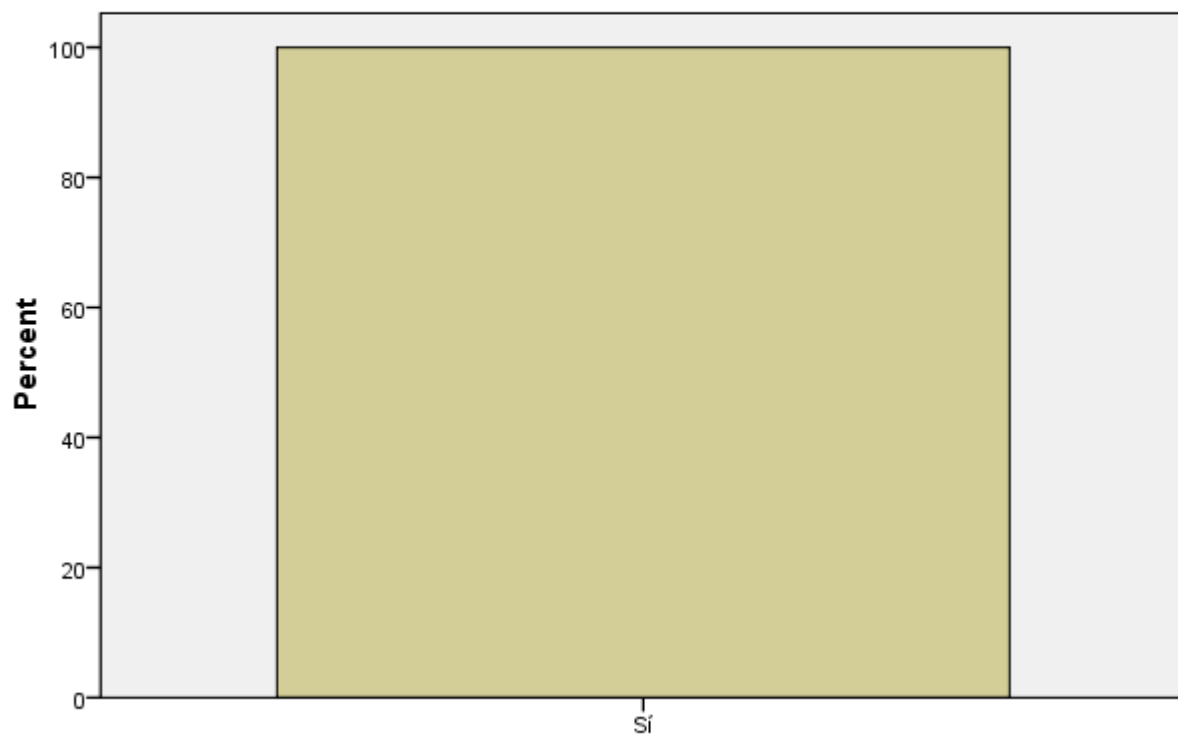
¿Conoces la revista digital Muheve?



¿Conoces la revista digital Muheve?

ANEXOS E

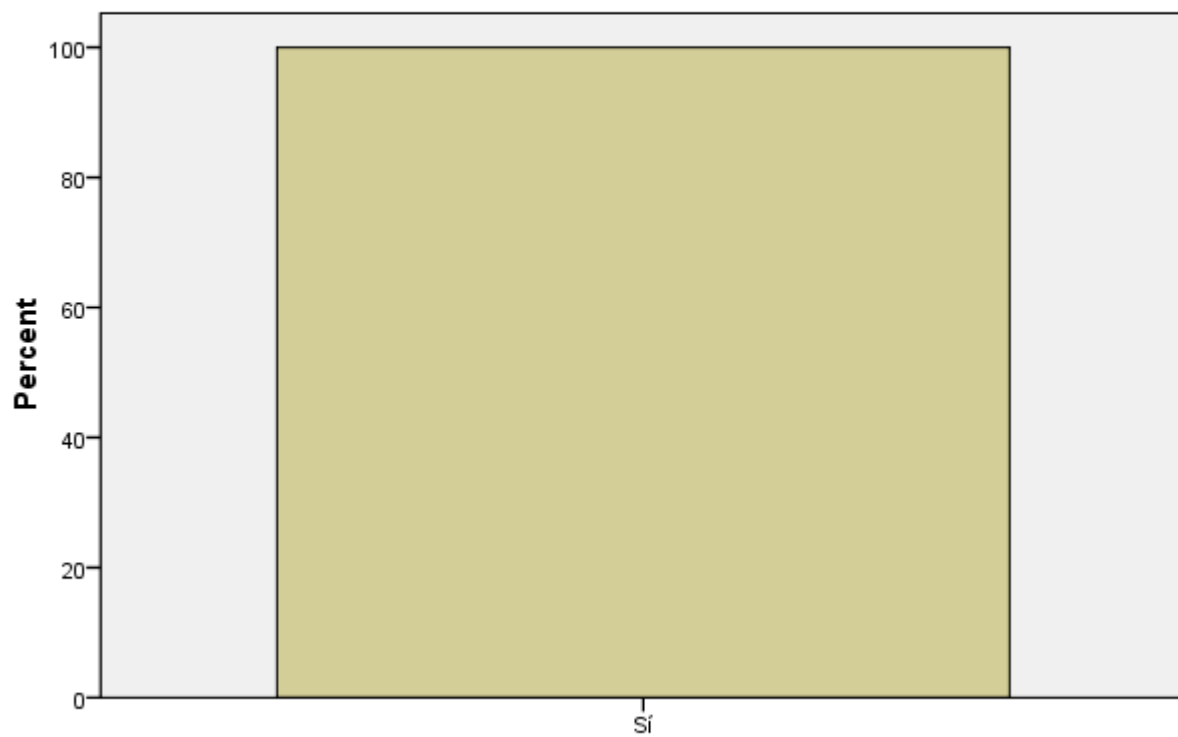
¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?



¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?

ANEXOS E

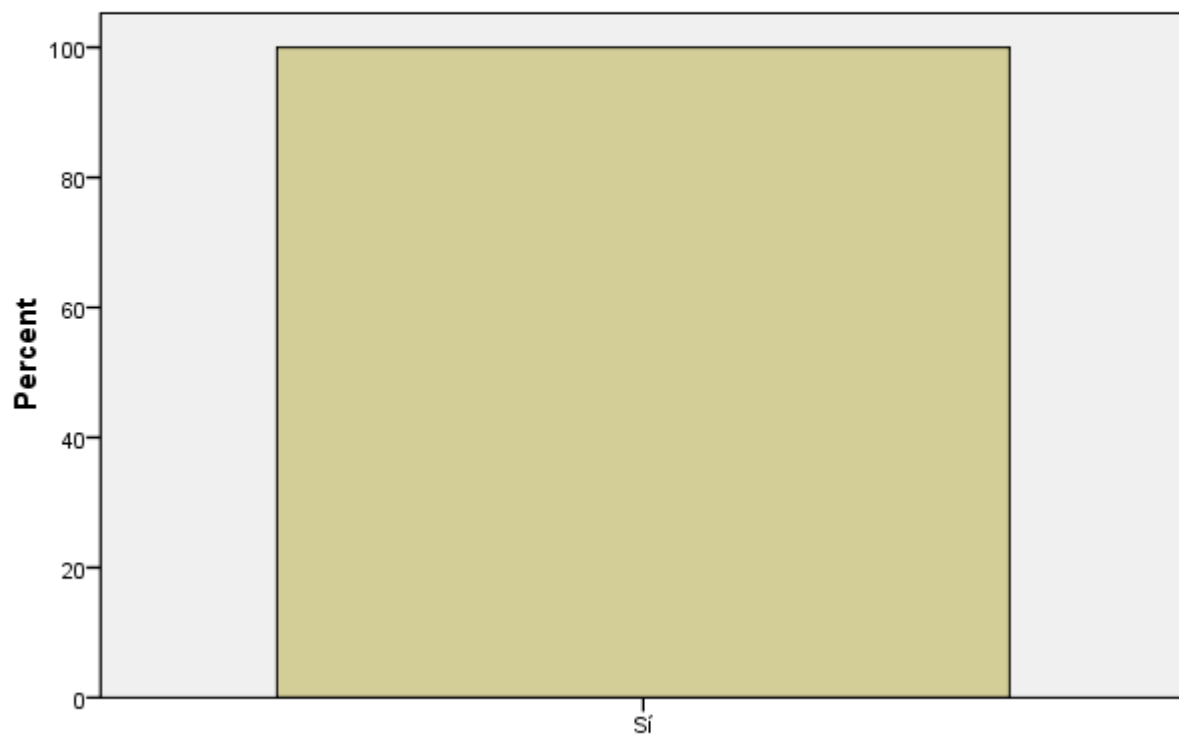
¿Conoces la revista digital Pijama Surf?



¿Conoces la revista digital Pijama Surf?

ANEXOS E

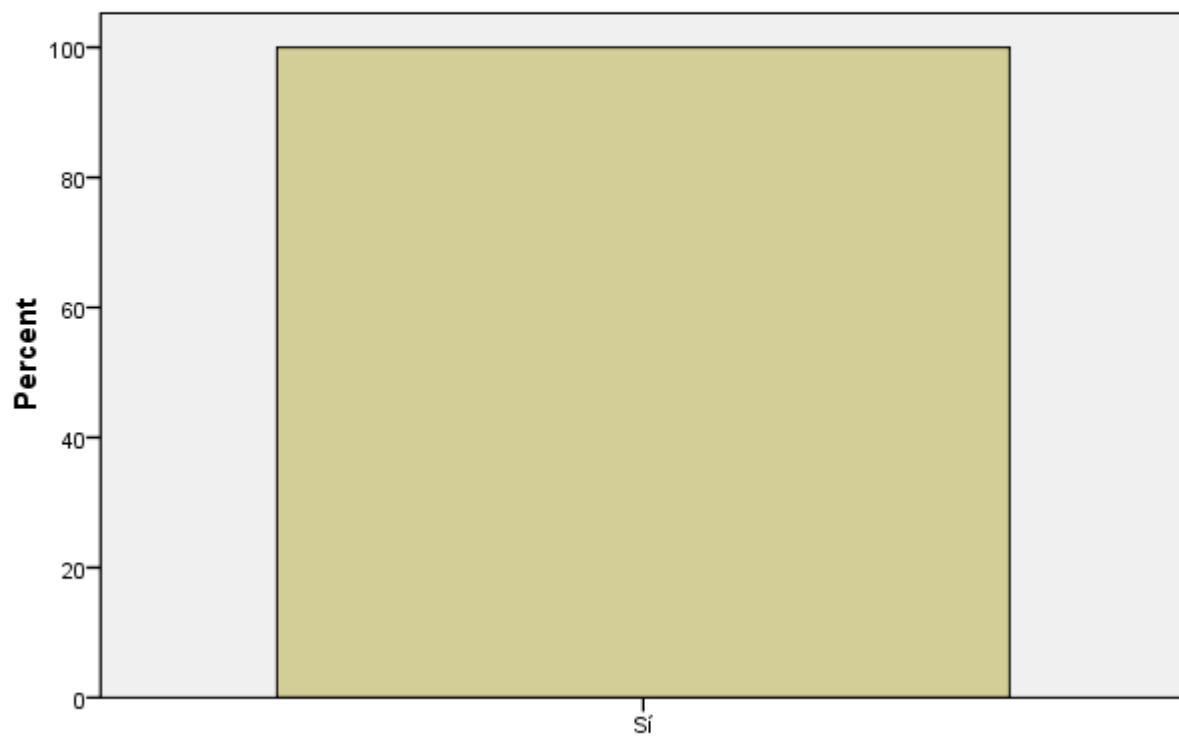
¿Conoces la revista digital Letralia?



¿Conoces la revista digital Letralia?

ANEXOS E

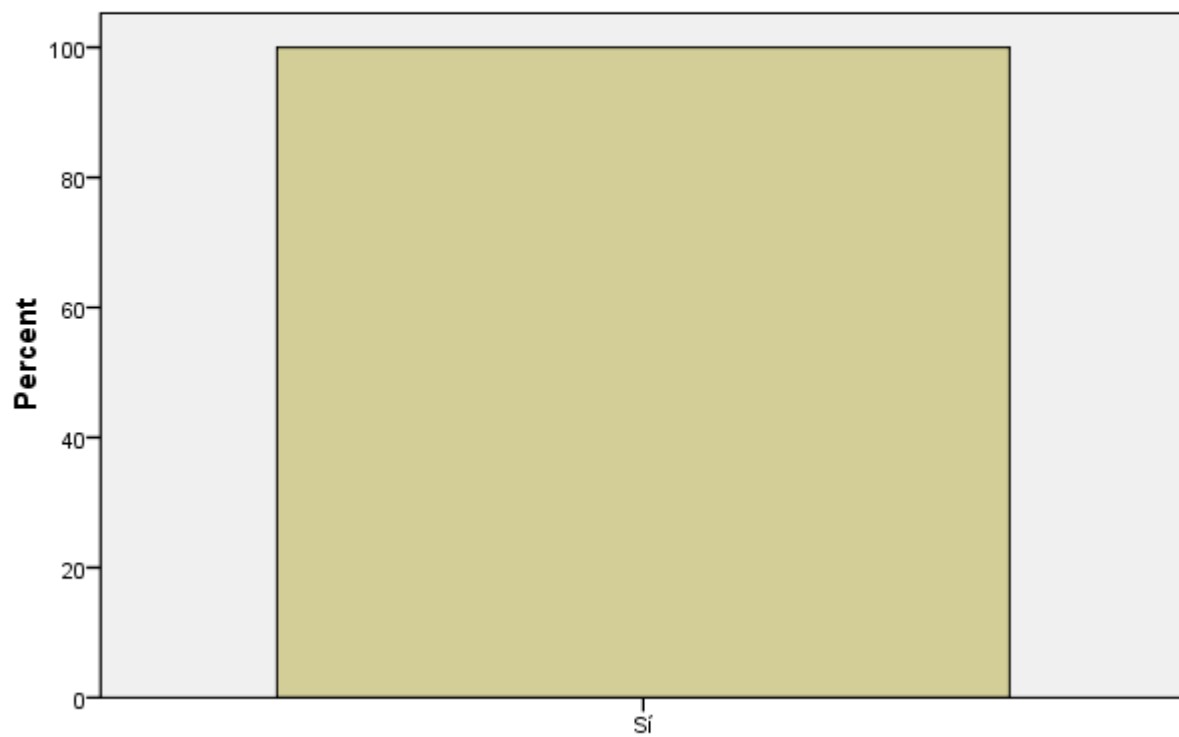
¿Conoces la revista digital Dialnet?



¿Conoces la revista digital Dialnet?

ANEXOS E

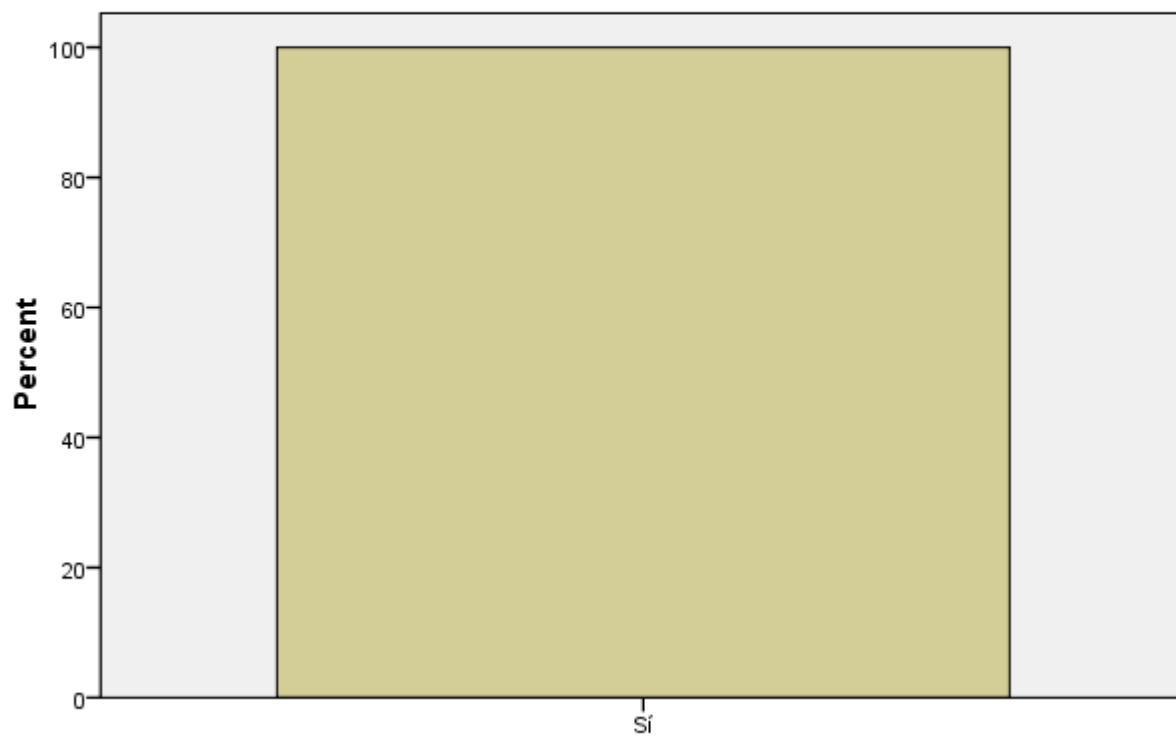
¿Conoces la revista digital Plátano Verde?



¿Conoces la revista digital Plátano Verde?

ANEXOS E

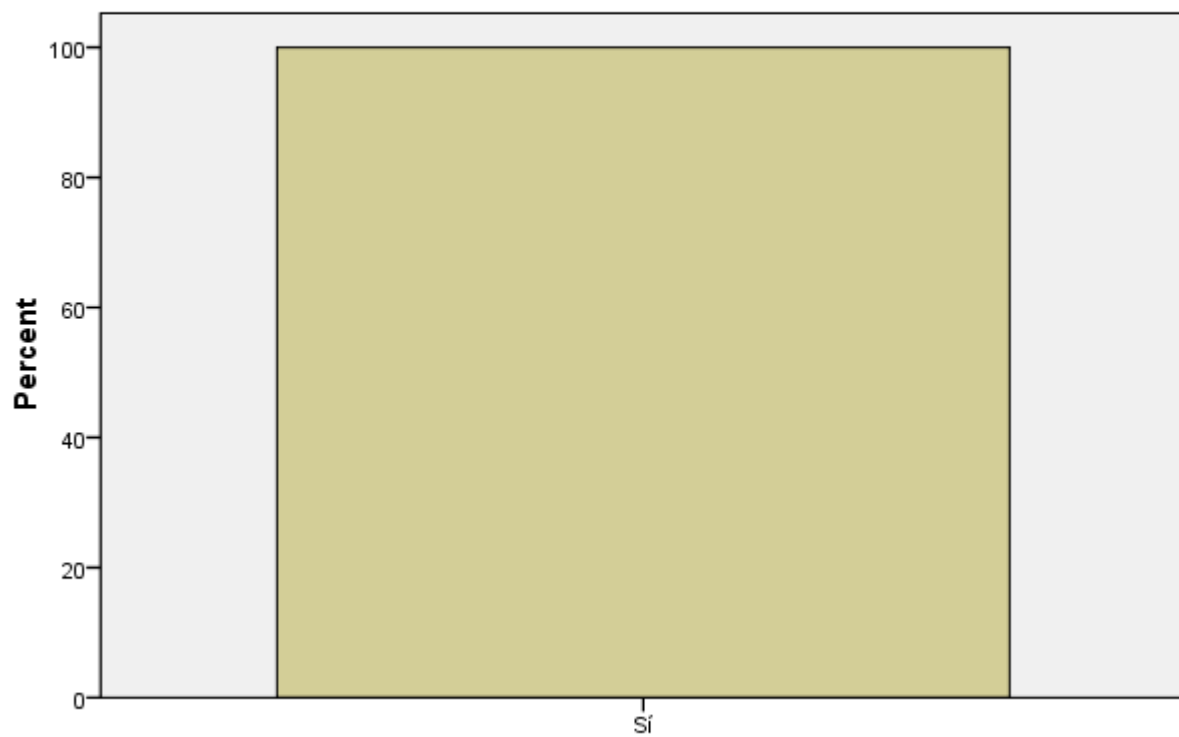
¿Conoces la revista digital Comunicación?



¿Conoces la revista digital Comunicación?

ANEXOS E

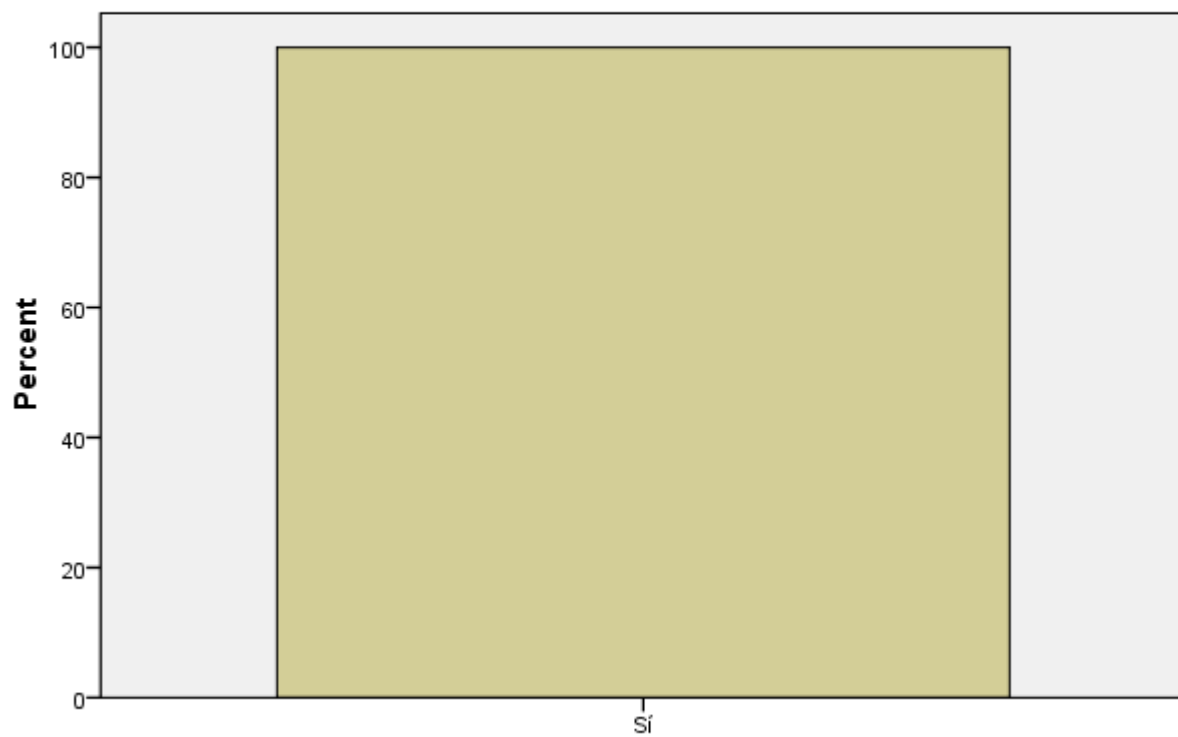
¿Conoces la revista digital The Daily?



¿Conoces la revista digital The Daily?

ANEXOS E

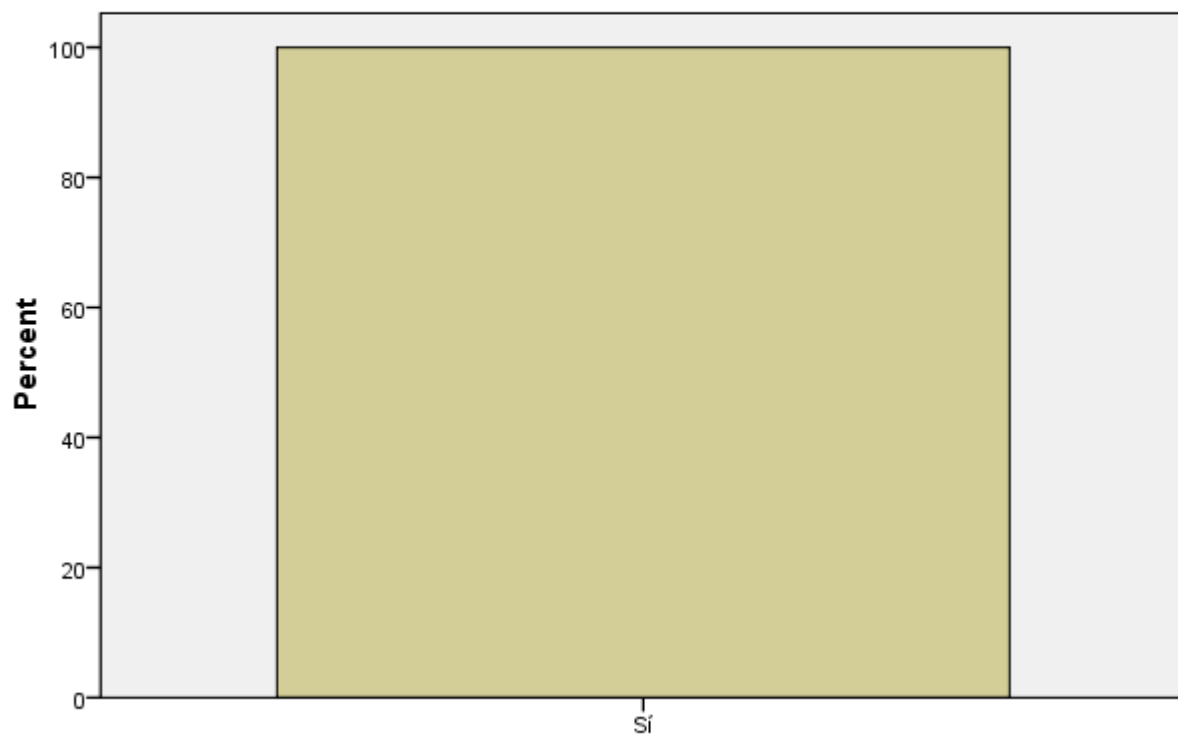
¿Conoces la revista digital Economist?



¿Conoces la revista digital Economist?

ANEXOS E

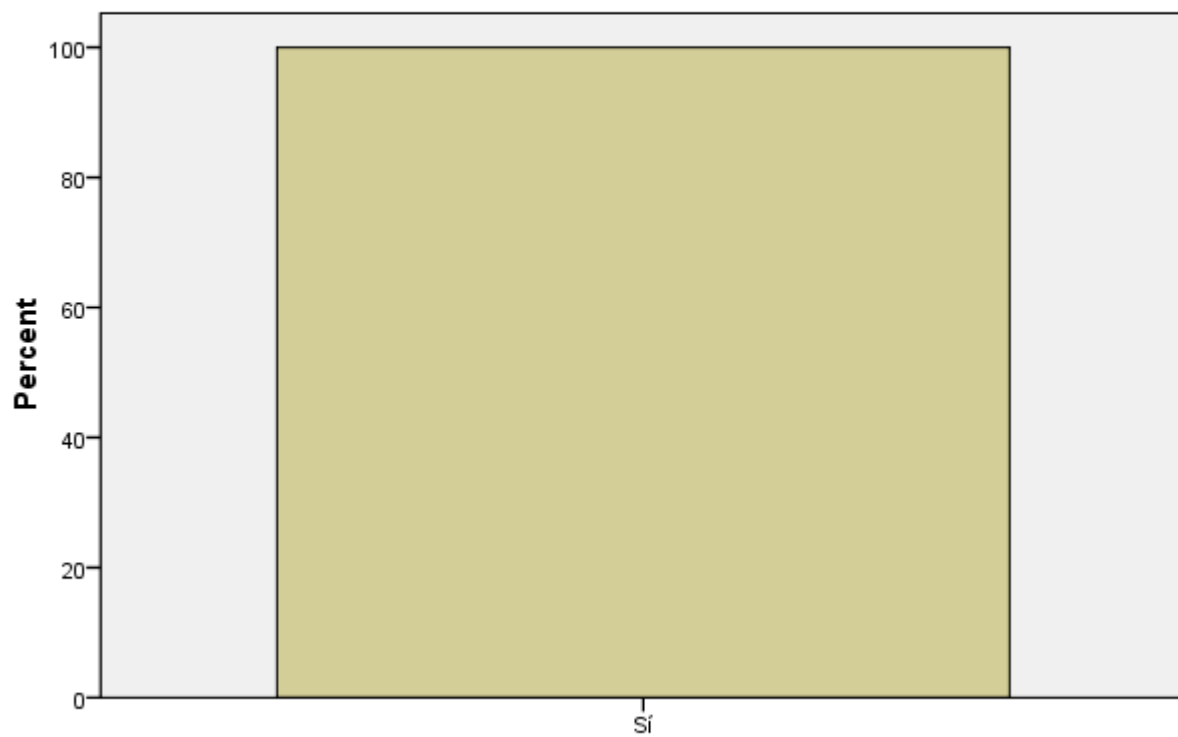
¿Conoces la revista digital Time?



¿Conoces la revista digital Time?

ANEXOS E

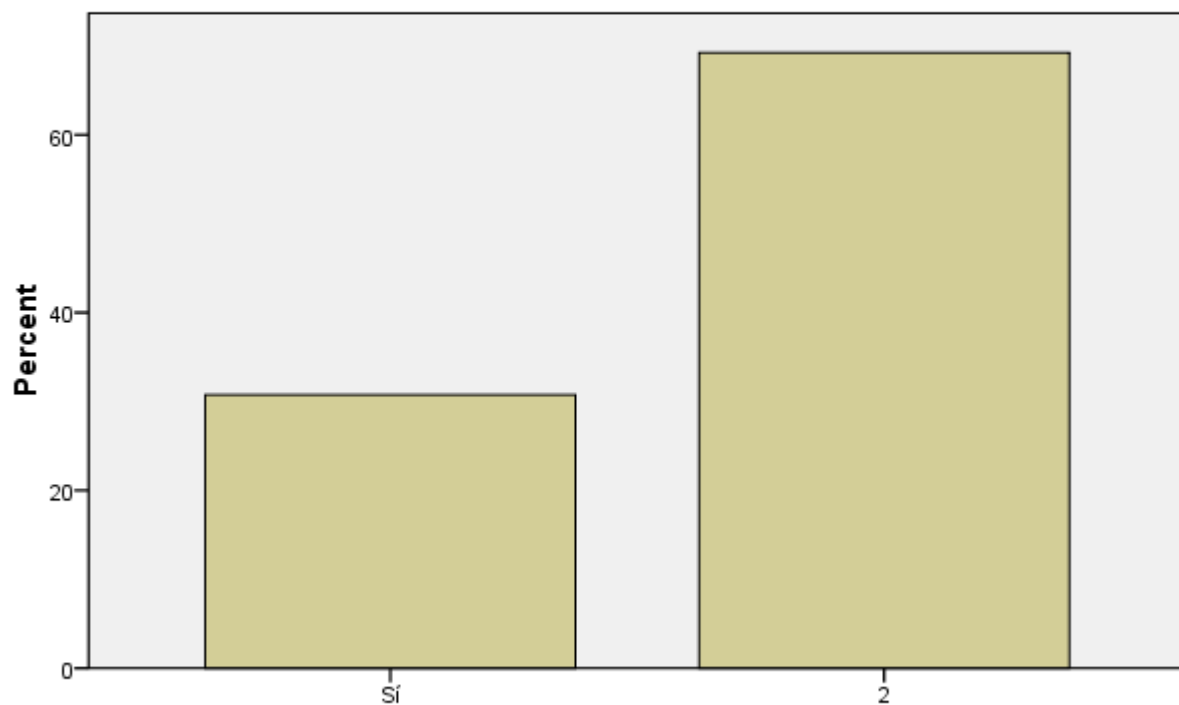
¿Conoces la revista digital Razor Monkey?



¿Conoces la revista digital Razor Monkey?

ANEXOS E

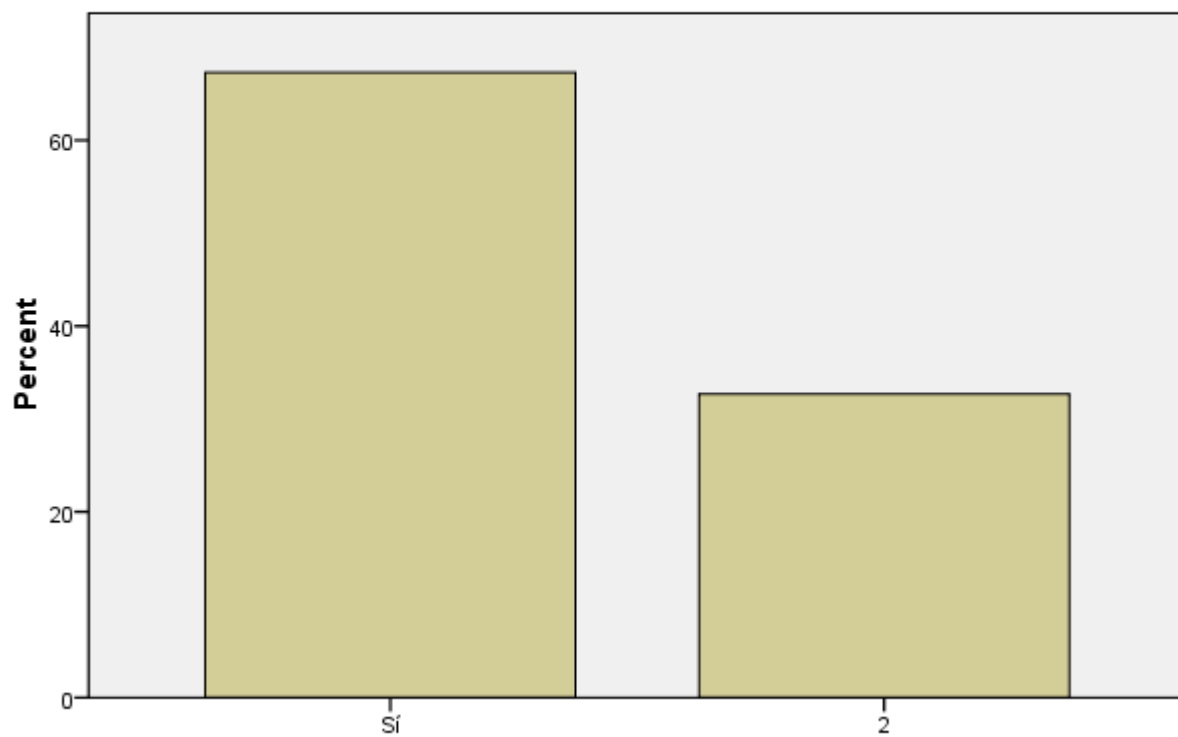
¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?



¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

ANEXOS E

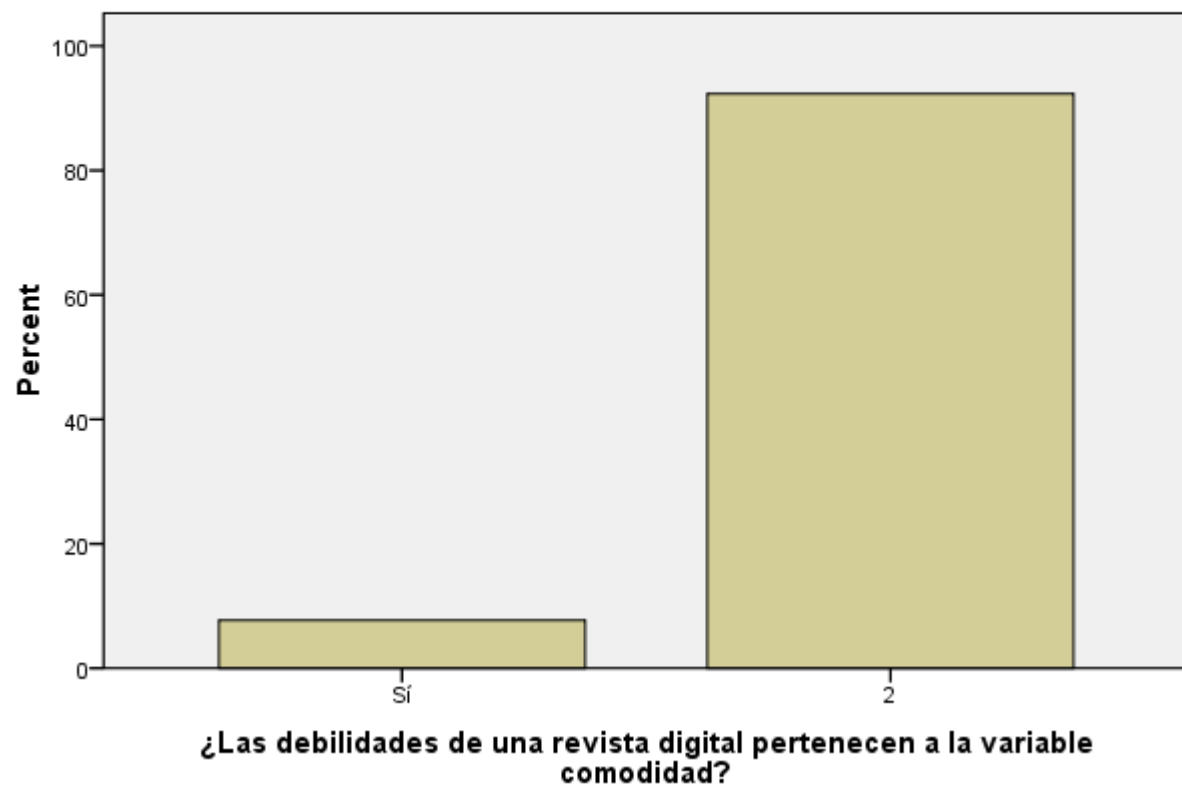
¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?



¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

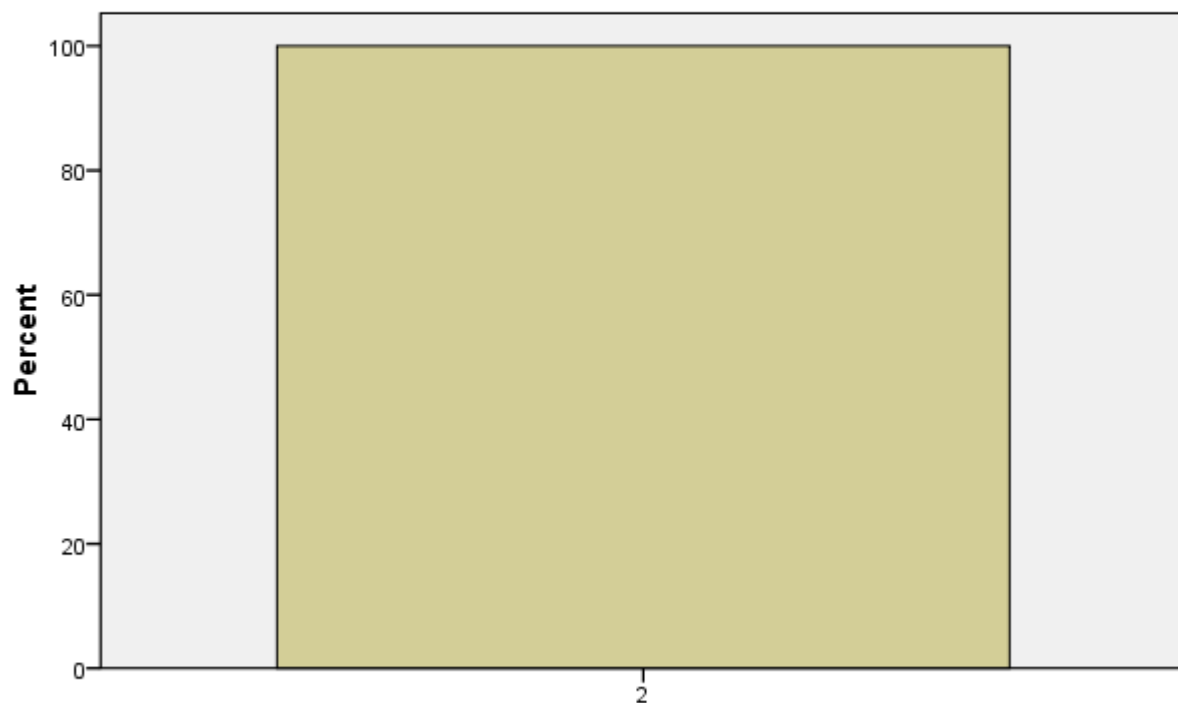
ANEXOS E

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?



ANEXOS E

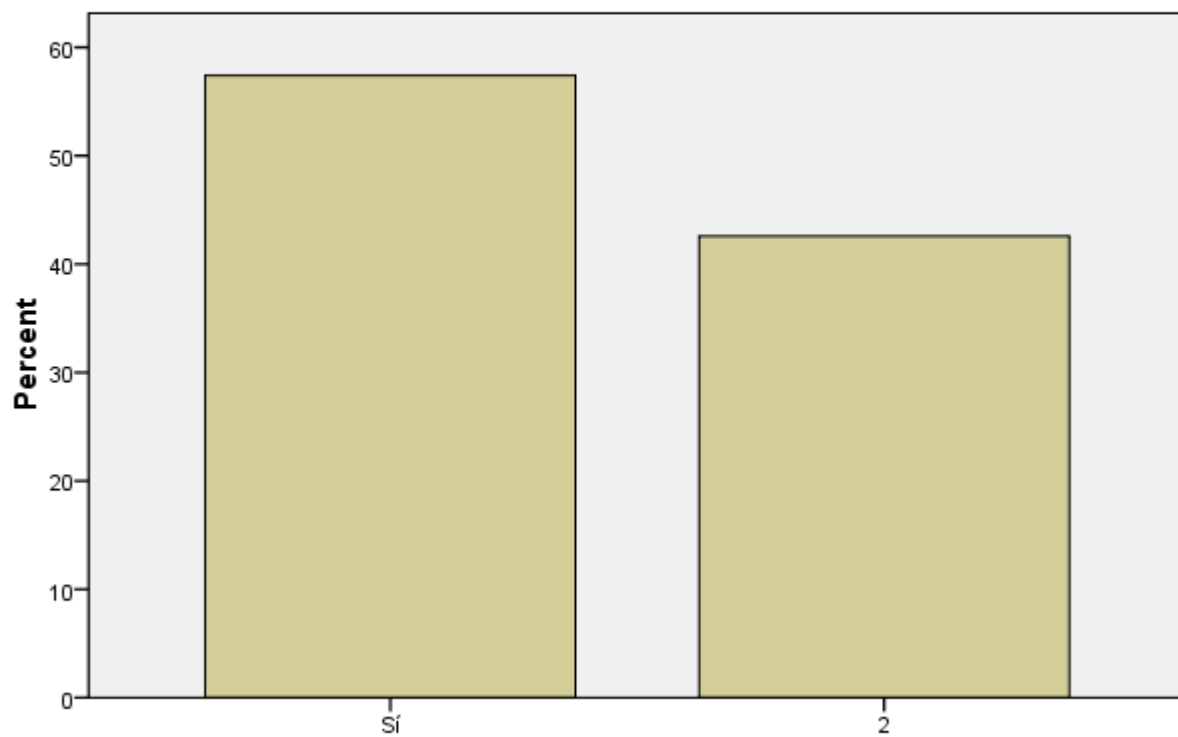
¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?



¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

ANEXOS E

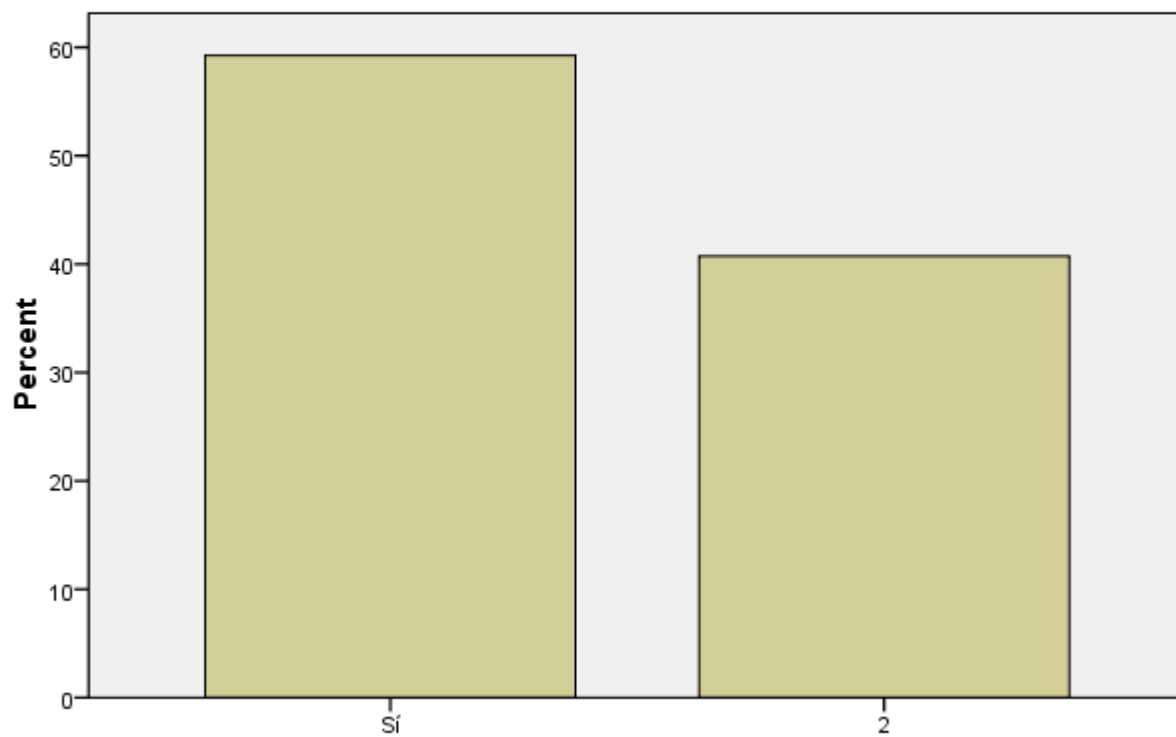
¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?



¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

ANEXOS E

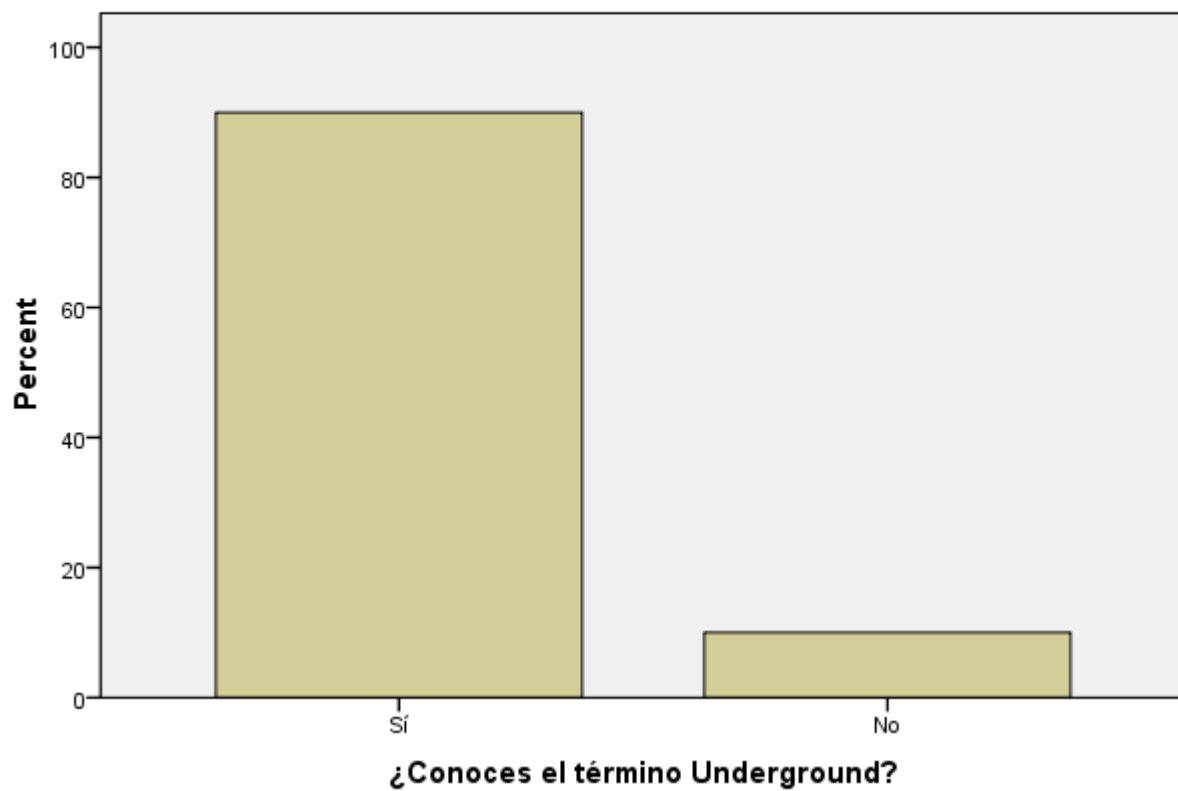
¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?



¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

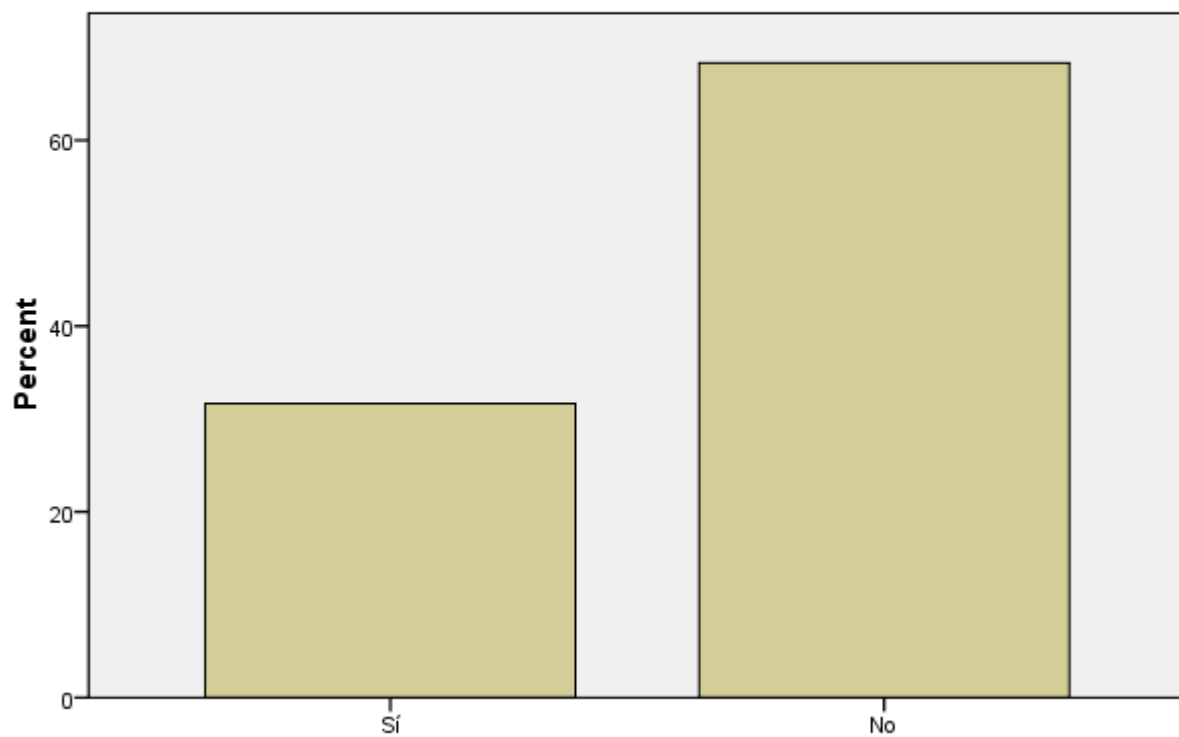
ANEXOS E

¿Conoces el término Underground?



ANEXOS E

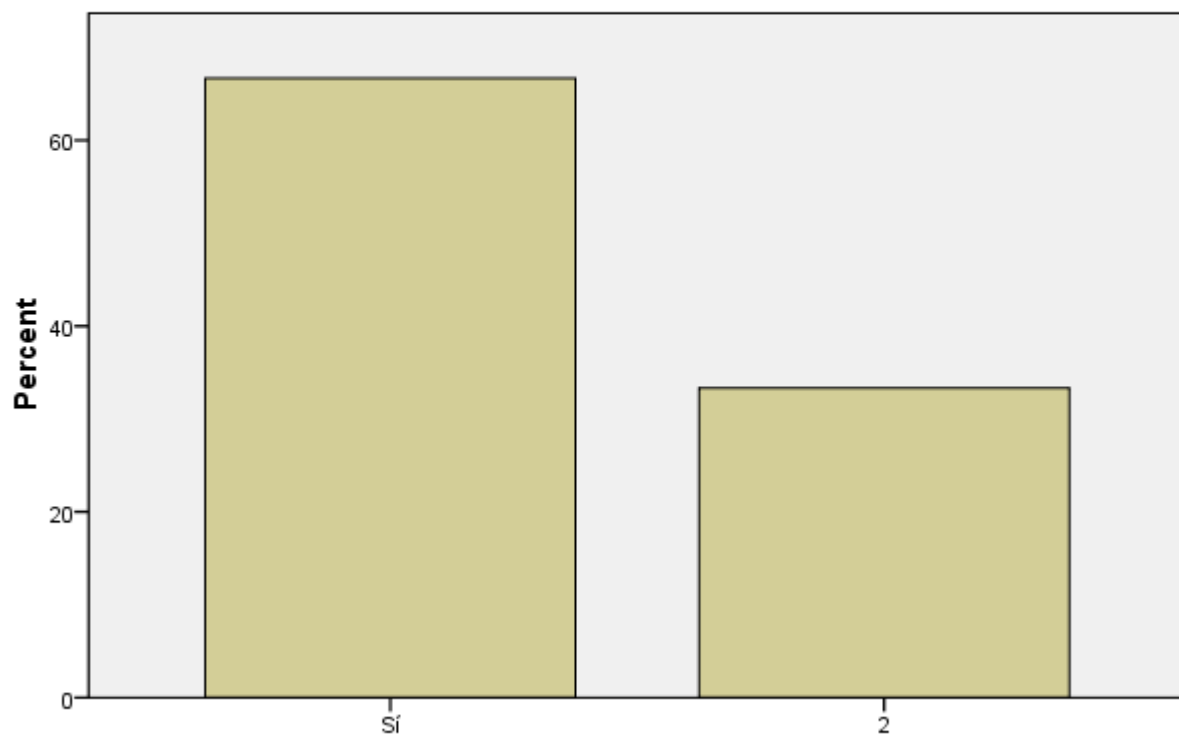
¿Te identificas con este estilo?



¿Te identificas con este estilo?

ANEXOS E

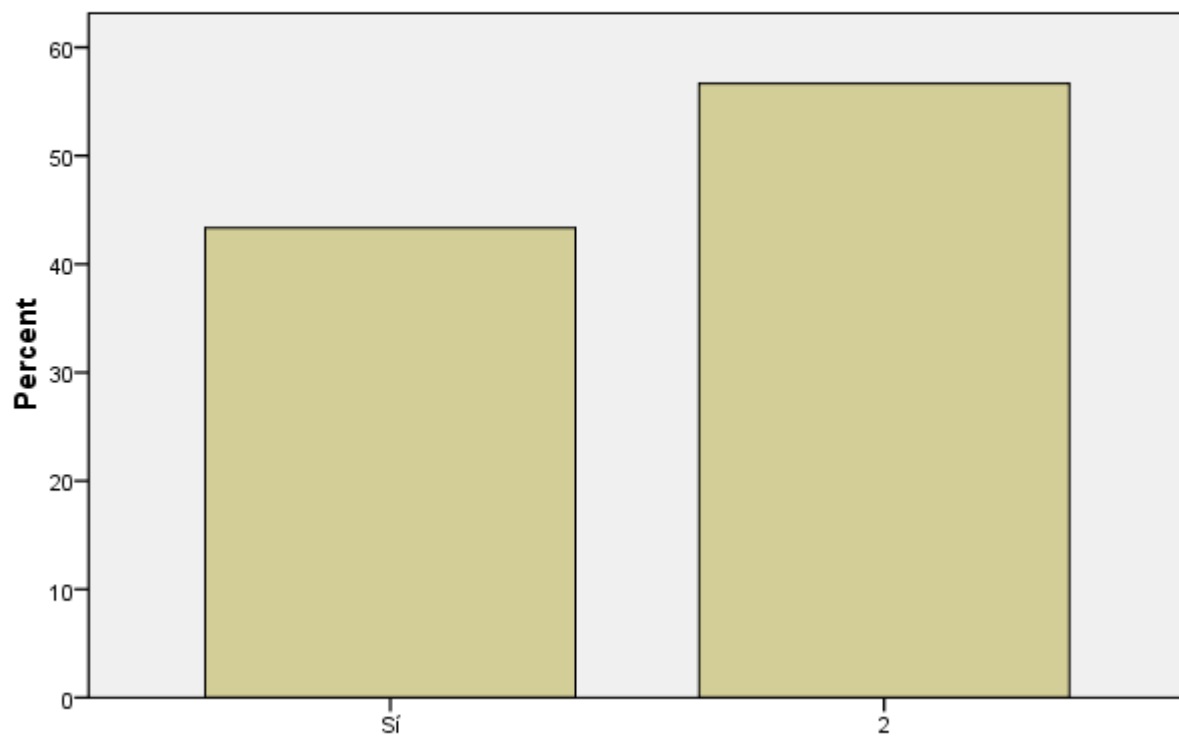
¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?



¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

ANEXOS E

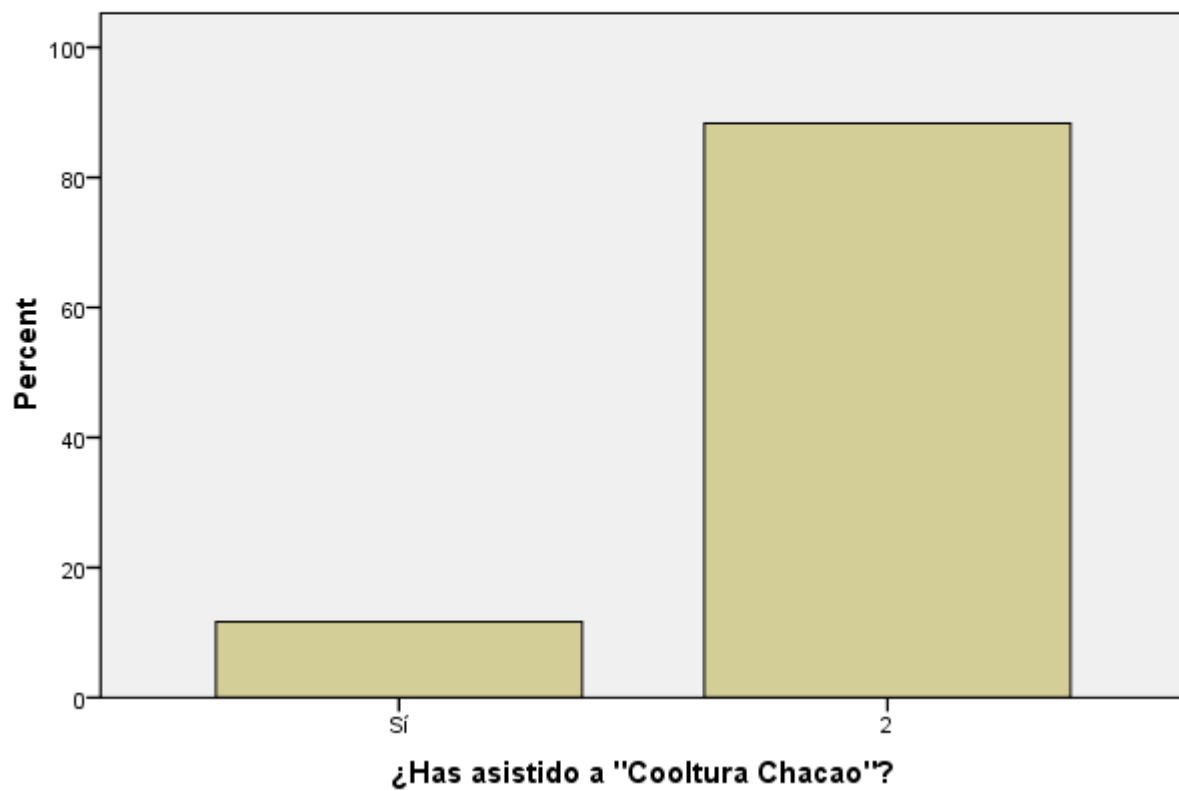
¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?



¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

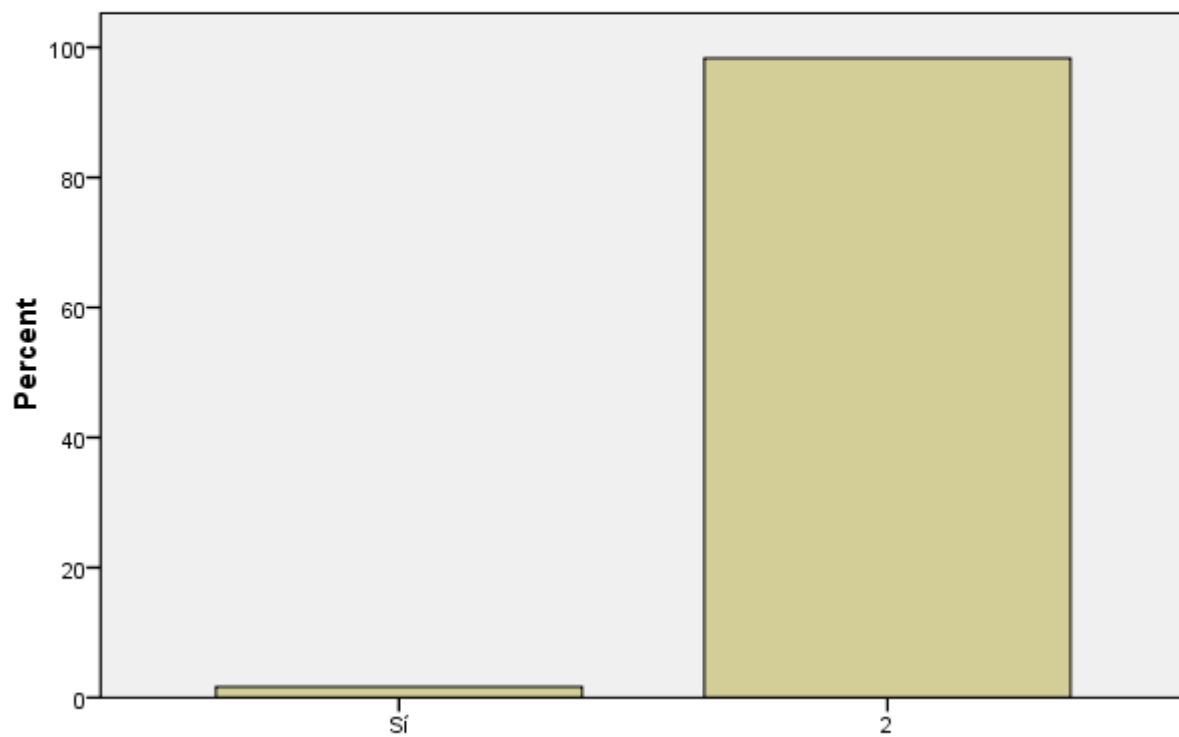
ANEXOS E

¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?



ANEXOS E

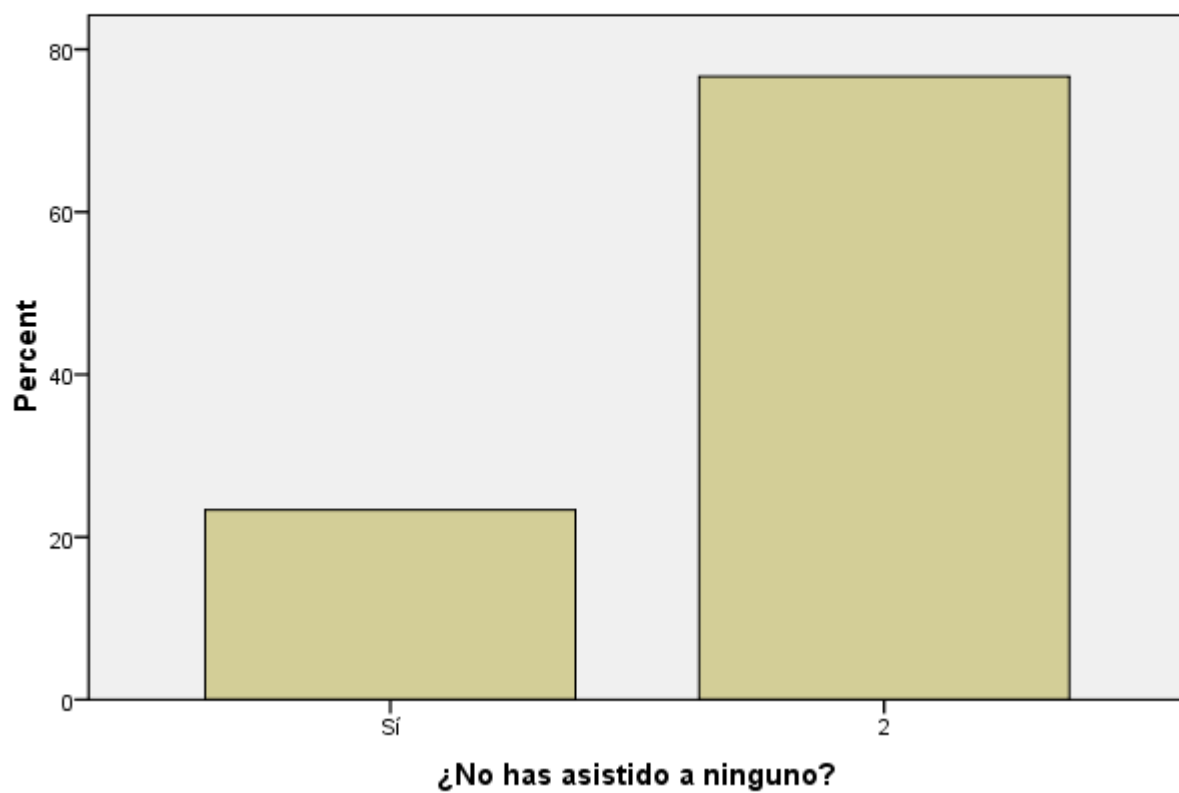
¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?



¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

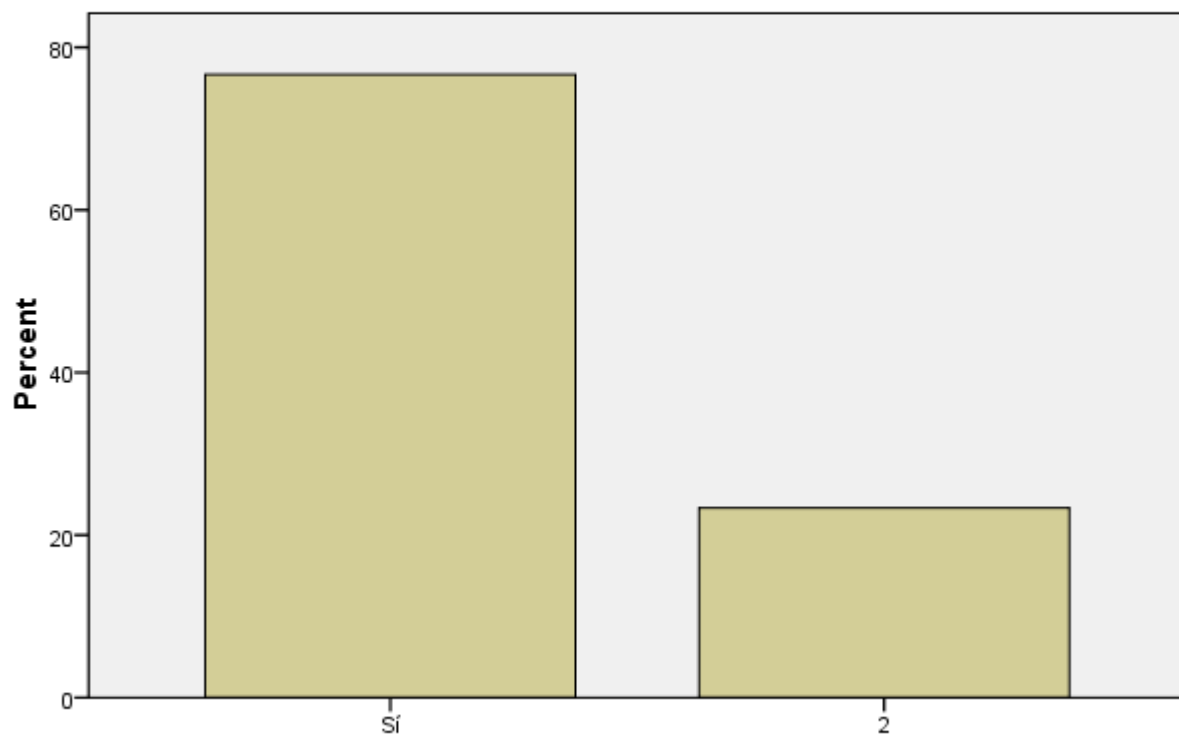
ANEXOS E

¿No has asistido a ninguno?



ANEXOS E

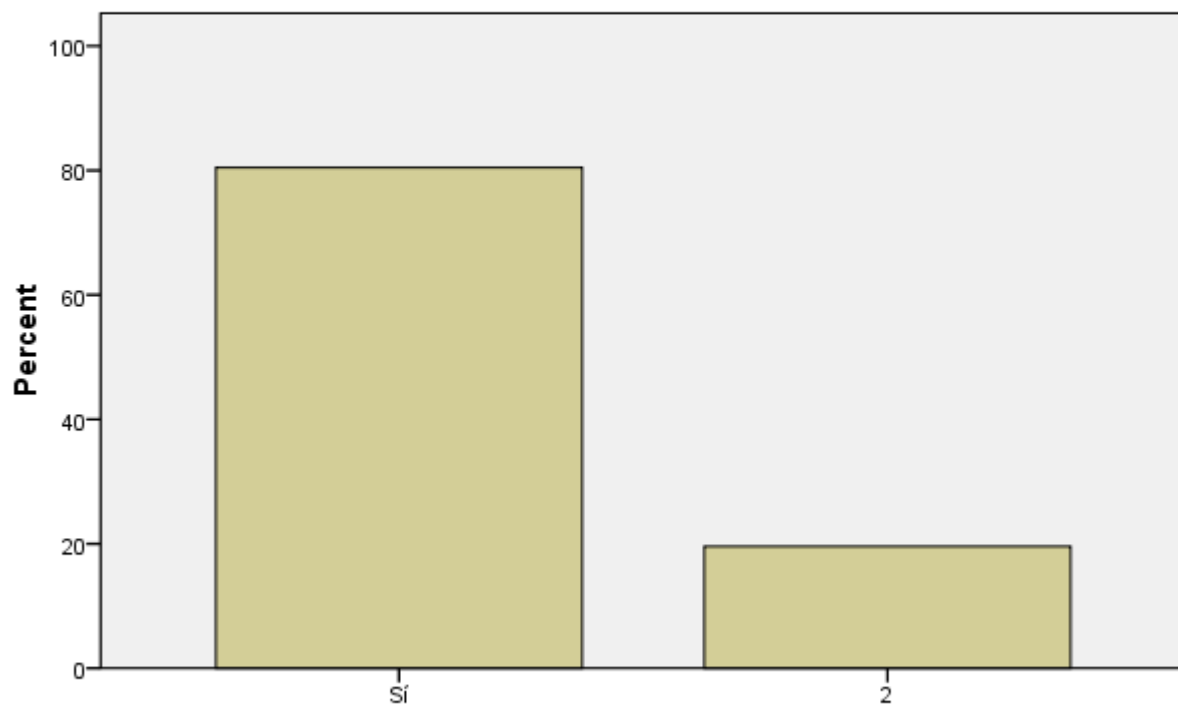
¿Leerías una revista digital de corte underground?



¿Leerías una revista digital de corte underground?

ANEXOS E

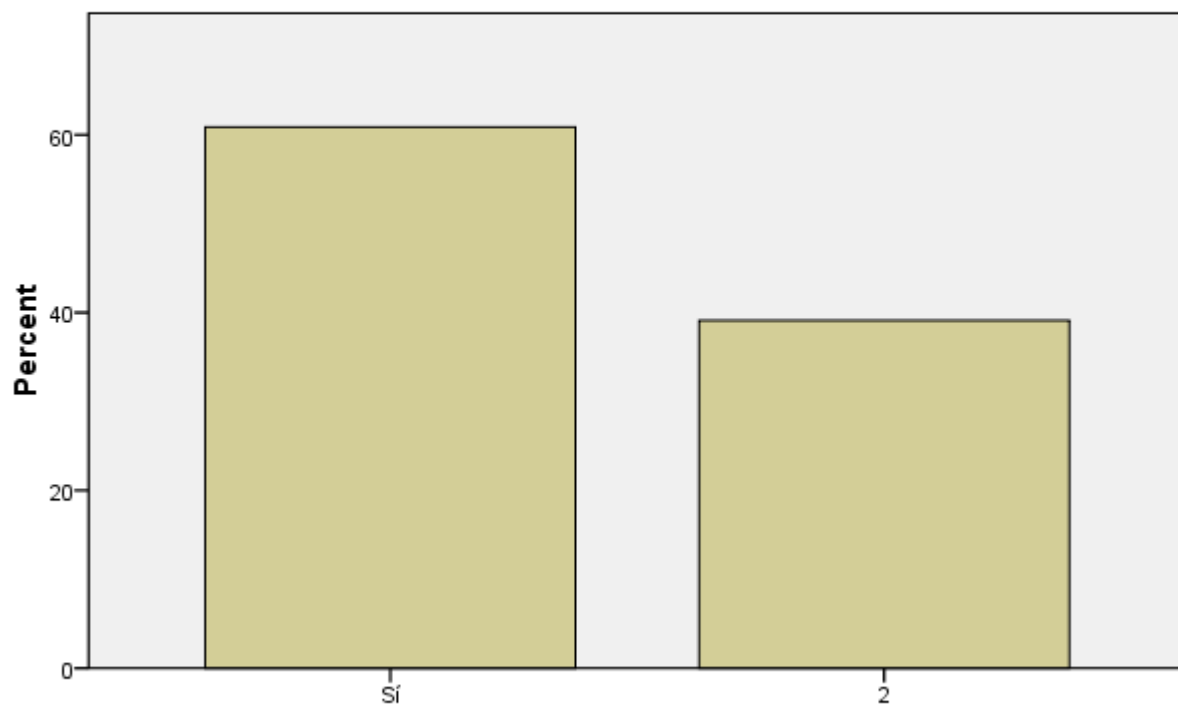
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?

ANEXOS E

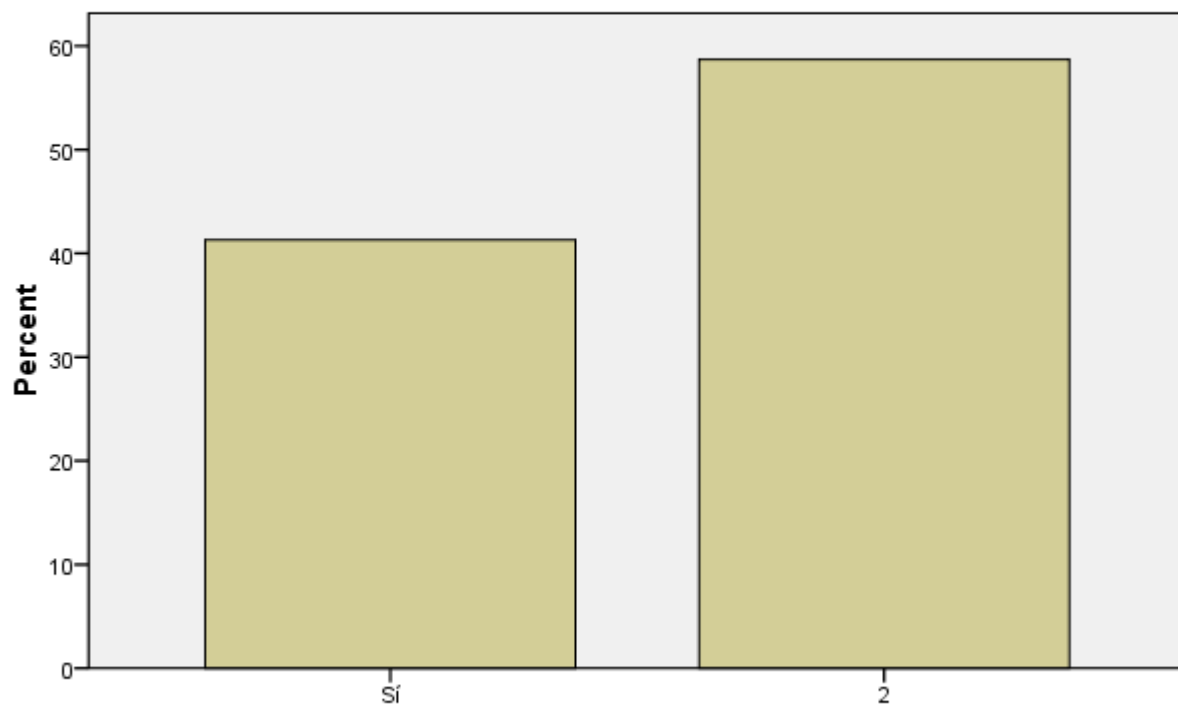
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?

ANEXOS E

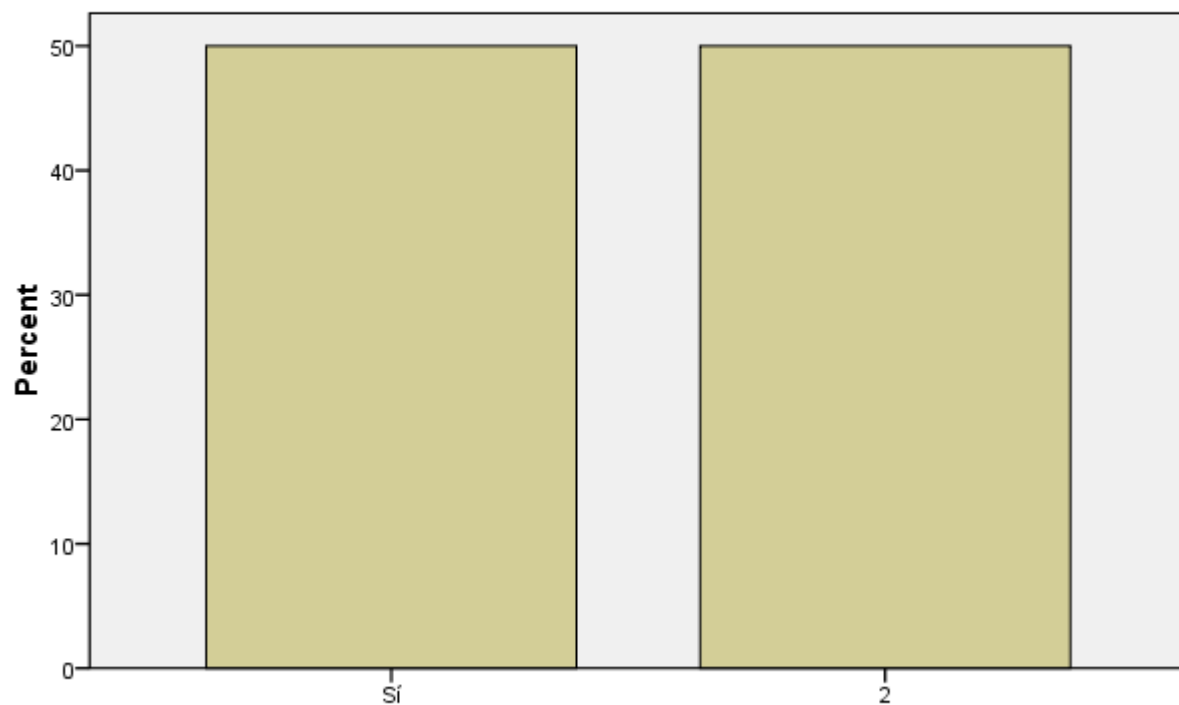
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?

ANEXOS E

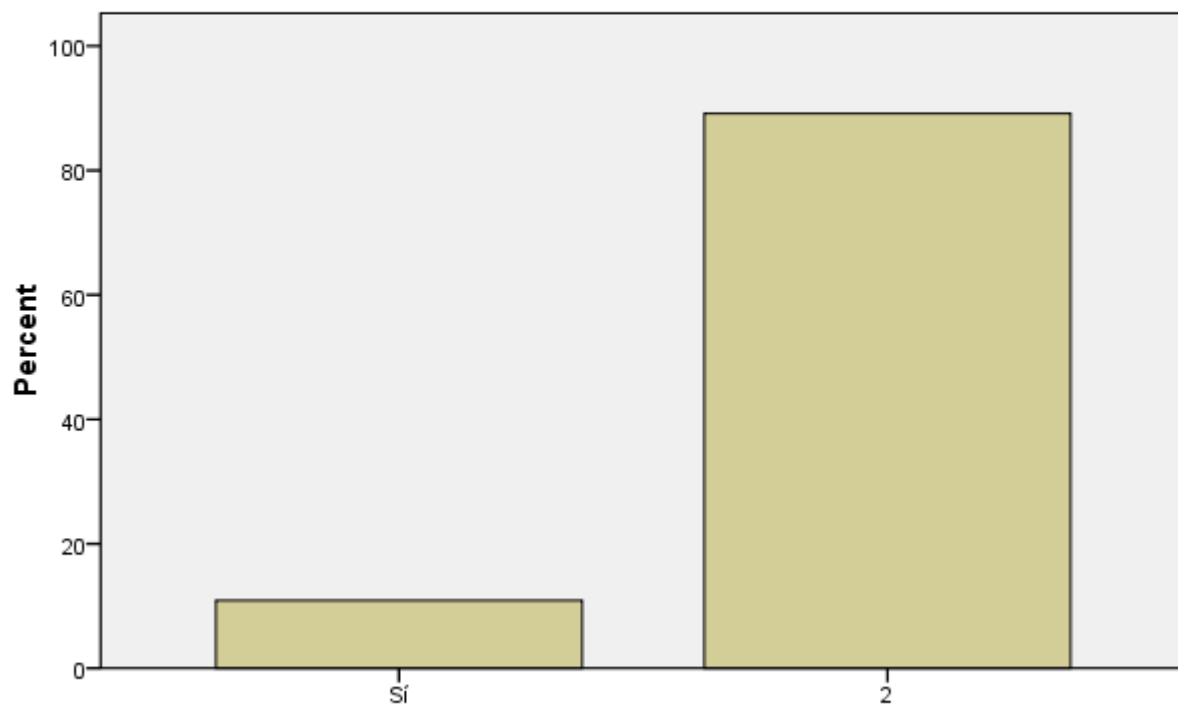
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de
Diseño?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de
Diseño?

ANEXOS E

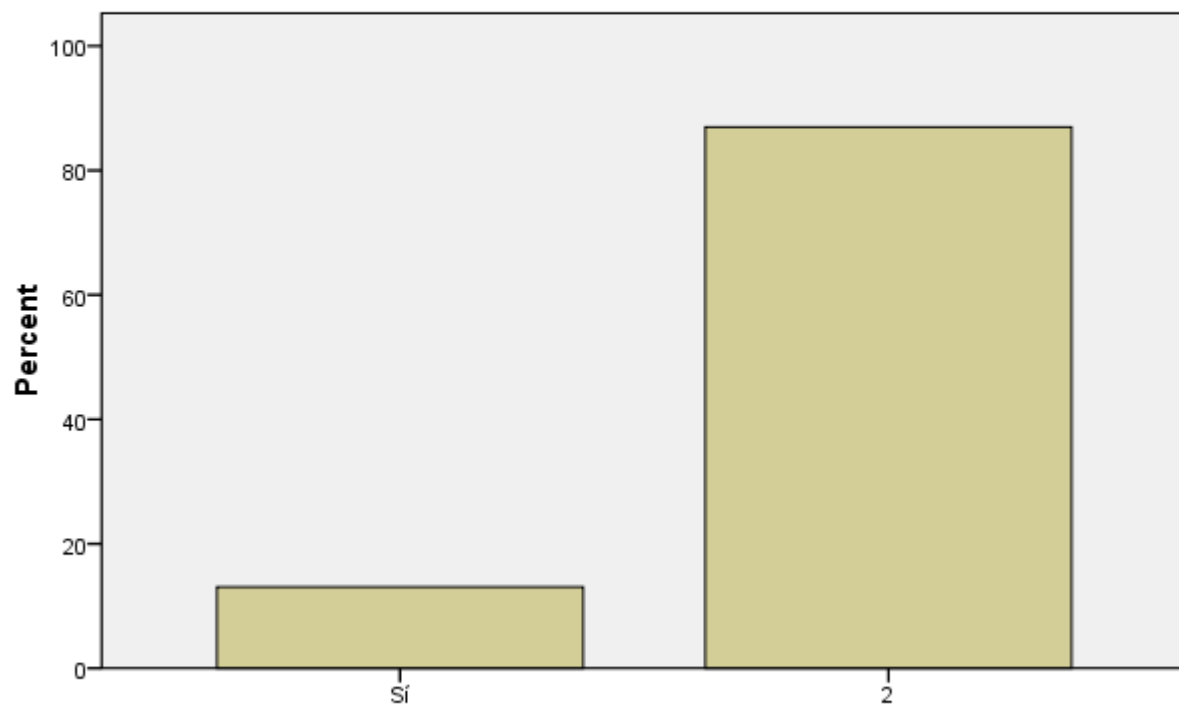
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?

ANEXOS E

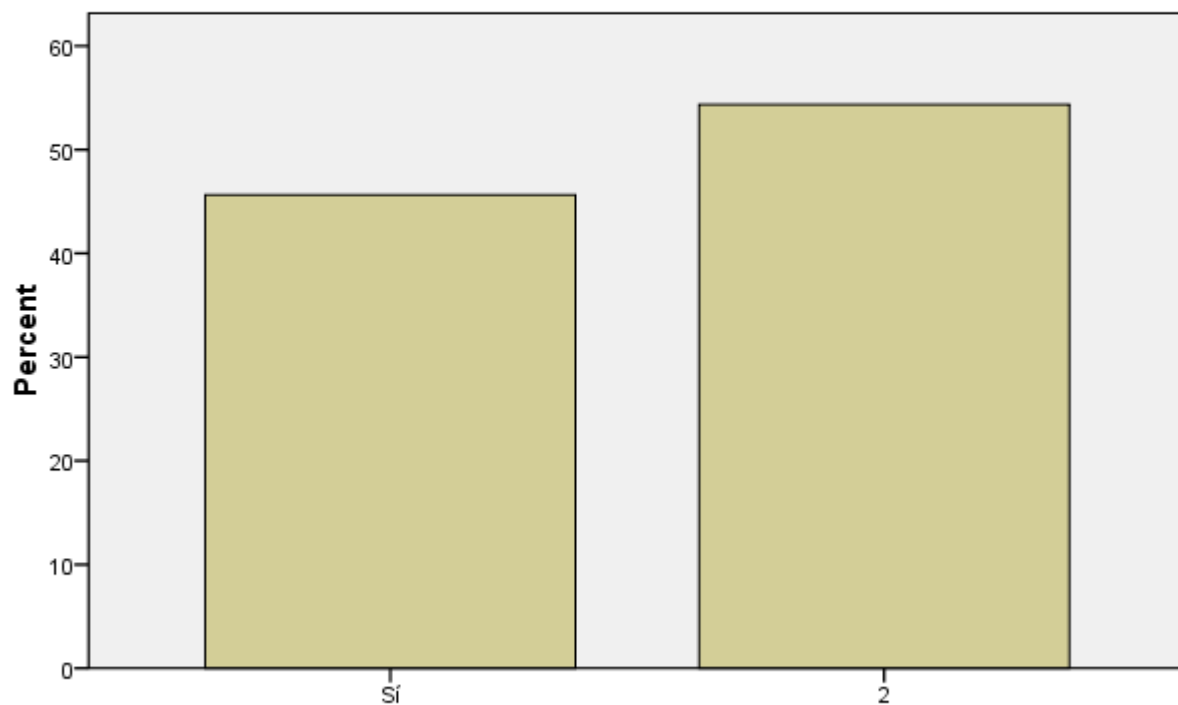
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?

ANEXOS E

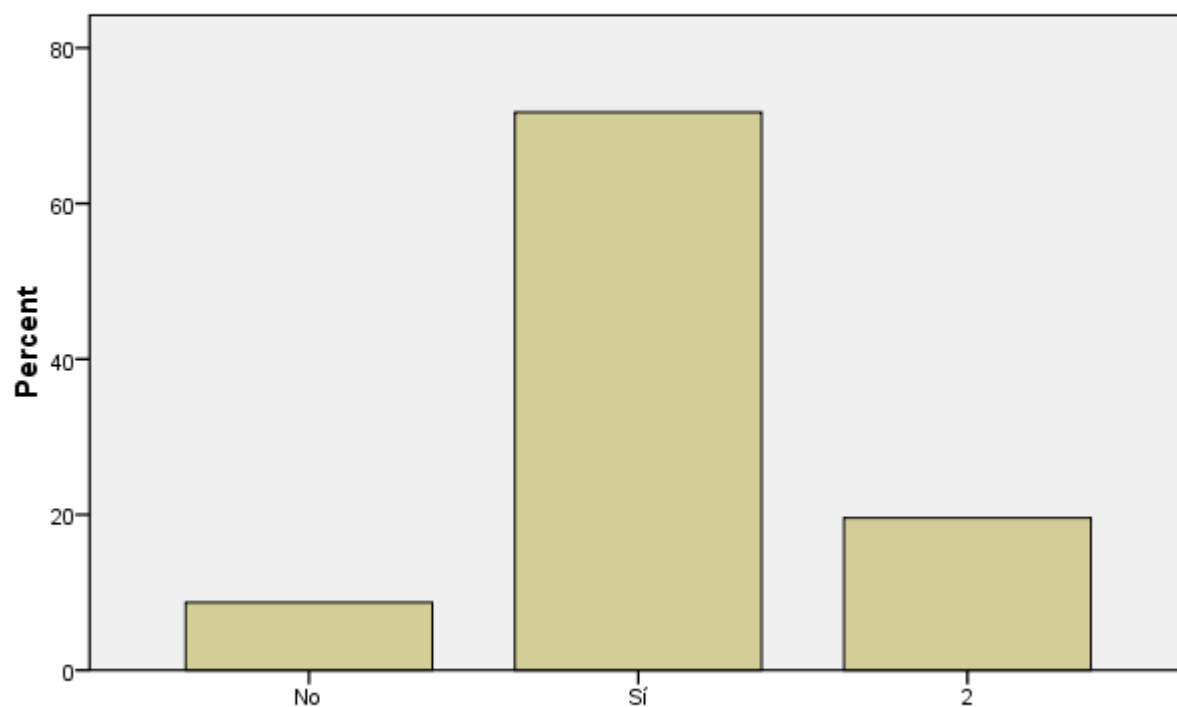
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?

ANEXOS E

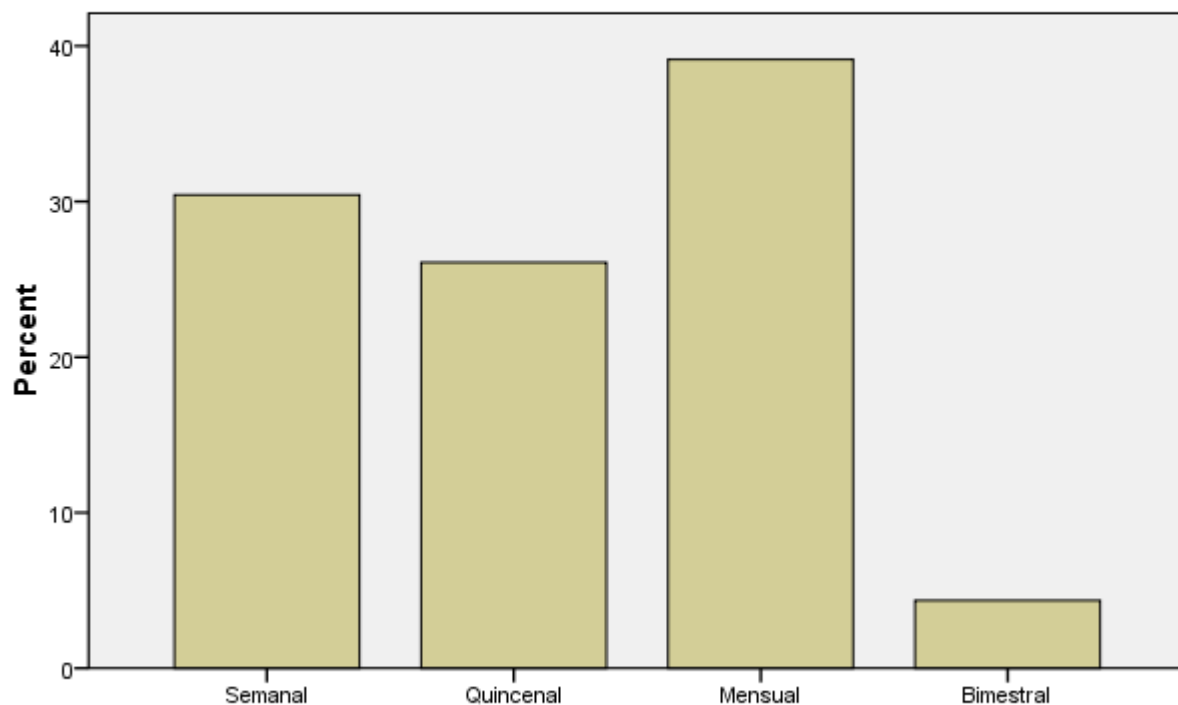
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?

ANEXOS E

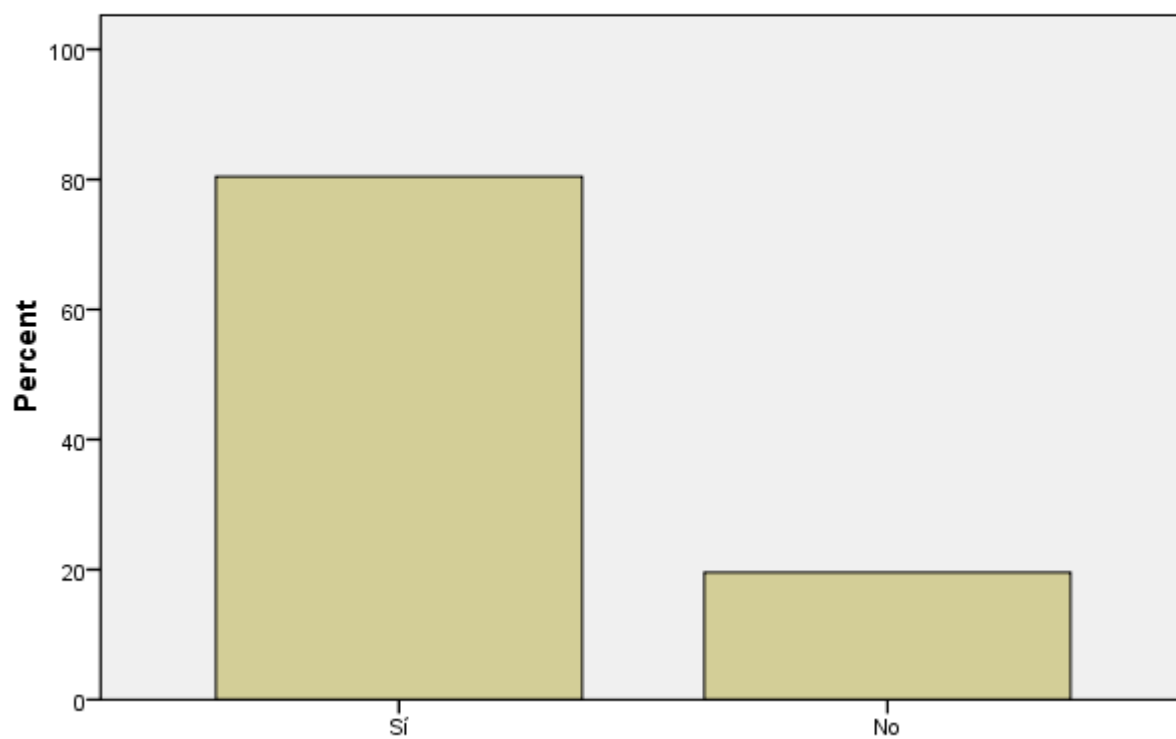
¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?



¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

ANEXOS E

¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?



¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

FRECUENCIAS VARIABLES=EDAD SEXO USAS.INTERNET LEES.REVISTAS
 QUÉ.TIPO.DE.REVISTA.PREFIERES.LEER POSEES.INTERNET.EN.TU.CASA CON.QUÉ.FR
 ECUENCIA.LO.UTILIZAS VISITAS.PÁGINAS.WEB.INFORMATIVAS
 VISITAS.PÁGINAS.WEB.EDUCATIVAS VISITAS.REDES.SOCIALES
 VISITAS.PÁGINAS.WEB.CULTURALES VISITAS.PÁGINAS.WEB.CORPORATIVAS
 ALGUNA.VEZ.HAS.LEÍDO.UNA.REVISTA.DIGITAL CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.
 TÚ.EN.LÍNEA CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.TENDENCIAS.21
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.PRODAVINCI
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.ZP.MAGAZINE
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.DISTORXION CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.BAZAR
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.VOUGE CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.IFAB
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.CYZONE CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.COSMOPOLITAN
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.BBC
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.INTERAMERICANA.DE.BIBLIOTECOLOGÍA
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.ENTRE.RAYAS C
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.METAPOLÍTICA CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.ECOINVEST
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.GLAMOUR CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.PC.WORLD
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.PC.MAGAZINE CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.EXCESO
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.MECÁNICA.POPULAR
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.SPORT.LIFE CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.HOLA
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.GEOCIENCIAS CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.ESTAMPAS
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.PSICOLOGÍA.CIENTÍFICA CONOCES.
 LA.REVISTA.DIGITAL.PSICOLOGÍA.ON.LINE CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.EL.SALMÓN
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.ORBIS CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.NEGOTIUM

ANEXOS E

CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.GUAYOYO.EN.LETRAS
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.FACTUM CONOCES.LA.REVIST
 A.DIGITAL.VANITY.FAIR CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.PHOTOMAGAZINE
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.MUHEVE
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.CORRIENTE.ALTERNA
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.PIJAMA.SURF CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.LETRALIA
 CONOCES.LA.R EVISTA.DIGITAL.DIALNET
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.PLÁTANO.VERDE
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.COMUNICACIÓN
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.THE.DAILY CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.ECONOMIST
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.TIME CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL .RAZOR.MONKEY
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.VIDA.EXTREMA
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.ROLLING.STONE.MAGAZINE
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.MARCA CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.7.CAPAS
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.URBE.BIKINI CONOCES.LA.REVISTA.DIGITA
 L.LA.DOCE CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.ACCESO.DIRECTV
 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.PRISMA CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.BUSSINESWEEK
 LAS.DEBILIDADES.DE.UNA.REVISTA.DIGITAL.SON.ORGANOLÉPTICAS
 LAS.DEBILIDADES.DE.UNA.REVISTA.DIG ITAL.SON.FUNCIONALES
 LAS.DEBILIDADES.DE.UNA.REVISTA.DIGITAL.SON.DE.COMODIDAD
 LAS.FOTALEZAS.DE.UNA.REVISTA.DIGITAL.SON.ORGANOLÉPTICAS
 LAS.FOTALEZAS.DE.UNA.REVISTA.DIGITAL.SON.FUNCIONALES
 LAS.FOTALEZAS.DE.UNA.RE VISTA.DIGITAL.SON.DE.COMODIDAD
 CONOCES.EL.TÉRMINO.UNDERGROUND TE.IDENTIFICAS.CON.ESTE.ESTILO
 HAS.ASISTIDO.A.POR.EL.MEDIO.DE.LA.CALLE
 HAS.ASISTIDO.A.EL.MERCADITO.DE.LA.PLAZA HAS.ASISTIDO.A.COOLTURA.CHACAO
 HAS.ASISTIDO.A.LONGBO ARD.UNDERGROUND.VENEZUELA
 NO.HAS.ASISTIDO.A.NINGUNO LEERÍAS.UNA.REVISTA.DIGITAL.DE.CORTE.UNDERGROUND
 TE.GUSTARÍA.VER.LA.SECCIÓN.DE.MÚSICA
 TE.GUSTARÍA.VER.LA.SECCIÓN.DE.PRÓXIMOS.EVENTOS
 TE.GUSTARÍA.VER.LA.SECCIÓN.DE.ENTREVISTAS TE.GUS
 TARÍA.VER.LA.SECCIÓN.DE.DISEÑOS TE.GUSTARÍA.VER.LA.SECCIÓN.DE.DANZA
 TE.GUSTARÍA.VER.LA.SECCIÓN.DE.ORFEBRERÍA
 TE.GUSTARÍA.VER.LA.SECCIÓN.DE.ACTUALIDAD
 TE.GUSTARÍA.VER.LA.SECCIÓN.DE.CINE.Y.TEATRO
 CON.CUÁNTA.FRECUENCIA.TE.GUSTARÍA.ENCONTRAR.UNA .NUEVA.EDICIÓN
 TE.GUSTARÍA.DAR.TU.OPINIÓN.A.TRAVÉS.DE.ENCUESTAS /STATISTICS=STDDEV MEAN
 MEDIAN MODE SUM SKEWNESS SESKEW KURTOSIS SEKURT /BARCHART PERCENT
 /ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes

Input	Output Created	13-Feb-2012 15:51:54
	Comments	
	Data	C:\Users\MariaJose\Desktop\Spss\SPS S\Encuestas\TODOS.sav
	Active Dataset	Conjunto_de_datos1
	Filter	<none>
	Weight	<none>

ANEXOS E

Missing Value Handling	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	200
	File	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.

ANEXOS E

Syntax	FRECUENCIAS VARIABLES=EDAD SEXO USAS.INTERNET LEES.REVISTAS QUÉ.TIPO.DE.REVISTA.PREFIERES.L EER POSEES.INTERNET.EN.TU.CASA CON.QUÉ.FRECUENCIA.LO.UTILIZAS VISITAS.PÁGINAS.WEB.INFORMATIV AS VISITAS.PÁGINAS.WEB.EDUCATIVAS VISITAS.REDES.SOCIALES VISITAS.PÁGINAS.WEB.CULTURALE S VISITAS.PÁGINAS.WEB.CORPORATI VAS ALGUNA.VEZ.HAS.LEÍDO.UNA.REVIS TA.DIGITAL CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.TÚ.E N.LÍNEA CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.TEN DENCIAS.21 CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.PRO DAVINCI CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.ZP. MAGAZINE CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.DIST ORXION CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.BAZ AR CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.VOU GE CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.IFAB CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.CYZ ONE CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.COS MOPOLITAN CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.BBC CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.INTE RAMERICANA.DE.BIBLIOTECOLOGÍA CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.ENT RE.RAYAS CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.MET APOLÍTICA CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.ECO INVEST CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.GLA MOUR CONOCES.LA.REVISTA.DIGITAL.PC

ANEXOS E

Resources	Processor Time	0:01:31.401
	Elapsed Time	0:01:34.044

[Conjunto_de_datos1]

C:\Users\MariaJose\Desktop\Spss\SPSS\Encuestas\TODOS.sav

Statistics

		Edad	Sexo	¿Usas Internet?	¿Lees revistas?
N	Valid	200	200	200	200
	Missing	0	0	0	0
	Mean	21,68	1,61	1,00	1,00
	Median	21,00	2,00	1,00	1,00
	Mode	19	2	1	1
	Std. Deviation	2,900	,490	,000	,000
	Skewness	1,405	-,433		
	Std. Error of Skewness	,172	,172	,172	,172
	Kurtosis	3,740	-1,831		
	Std. Error of Kurtosis	,342	,342	,342	,342
	Sum	4335	321	200	200

Statistics

		¿Qué tipo de revistas prefieres leer?	¿Posees Internet en tu casa?	¿Con qué frecuencia utilizas Internet?	¿Visitas páginas Web informativas?
N	Valid	200	200	200	200
	Missing	0	0	0	0
	Mean	2,65	1,02	1,10	1,23
	Median	2,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	2	1	1	1
	Std. Deviation	1,787	,122	,375	,422
	Skewness	1,163	8,041	4,559	1,293
	Std. Error of Skewness	,172	,172	,172	,172
	Kurtosis	,327	63,283	24,511	-,332
	Std. Error of Kurtosis	,342	,342	,342	,342

ANEXOS E

Statistics

		¿Qué tipo de revistas prefieres leer?	¿Posees Internet en tu casa?	¿Con qué frecuencia utilizas Internet?	¿Visitas páginas Web informativas?
N	Valid	200	200	200	200
	Missing	0	0	0	0
	Mean	2,65	1,02	1,10	1,23
	Median	2,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	2	1	1	1
	Std. Deviation	1,787	,122	,375	,422
	Skewness	1,163	8,041	4,559	1,293
	Std. Error of Skewness	,172	,172	,172	,172
	Kurtosis	,327	63,283	24,511	-,332
	Std. Error of Kurtosis	,342	,342	,342	,342
	Sum	530	203	220	246

Statistics

		¿Visitas páginas Web educativas?	¿Visitas redes sociales?	¿Visitas páginas Web culturales?	¿Visitas páginas Web corporativas?
N	Valid	200	200	200	200
	Missing	0	0	0	0
	Mean	1,52	1,10	1,54	1,77
	Median	2,00	1,00	2,00	2,00
	Mode	2	1	2	2
	Std. Deviation	,501	,294	,500	,422
	Skewness	-,081	2,783	-,162	-1,293
	Std. Error of Skewness	,172	,172	,172	,172
	Kurtosis	-2,014	5,805	-1,994	-,332
	Std. Error of Kurtosis	,342	,342	,342	,342
	Sum	304	219	308	354

Statistics

	¿Alguna vez has leído una revista digital?	¿Conoces la revista digital Tú en Línea?	¿Conoces la revista digital Tendencias 21?	¿Conoces la revista digital ProDavinci?

ANEXOS E

N	Valid	200	4	1	3
	Missing	0	196	199	197
	Mean	1,42	1,00	1,00	1,00
	Median	1,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	1	1	1	1
	Std. Deviation	,494	,000		,000
	Skewness	,348			
	Std. Error of Skewness	,172	1,014		1,225
	Kurtosis	-1,898			
	Std. Error of Kurtosis	,342	2,619		
	Sum	283	4	1	3

Statistics

		¿Conoces la revista digital ZP Magazine?	¿Conoces la revista digital Distorsion?	¿Conoces la revista digital Bazar?	¿Conoces la revista digital Vouge?
N	Valid	1	2	1	3
	Missing	199	198	199	197
	Mean	1,00	1,00	1,00	1,00
	Median	1,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	1	1	1	1
	Std. Deviation		,000		,000
	Std. Error of Skewness				1,225
	Sum	1	2	1	3

Statistics

		¿Conoces la revista digital IFAB?	¿Conoces la revista digital CyZone?	¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?	¿Conoces la revista digital BBC?
N	Valid	1	1	2	1
	Missing	199	199	198	199
	Mean	1,00	1,00	1,00	1,00
	Median	1,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	1	1	1	1
	Std. Deviation			,000	
	Sum	1	1	2	1

ANEXOS E

Statistics

		¿Conoces la revista digital Interamericana de Bibliotecología?	¿Conoces la revista digital Entre Rayas?	¿Conoces la revista digital Metapolítica?	¿Conoces la revista digital Ecoinvest?
N	Valid	1	3	1	1
	Missing	199	197	199	199
	Mean	1,00	1,00	1,00	1,00
	Median	1,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	1	1	1	1
	Std. Deviation		,000		
	Std. Error of Skewness		1,225		
	Sum	1	3	1	1

Statistics

		¿Conoces la revista digital Glamour?	¿Conoces la revista digital PC World?	¿Conoces la revista digital PC Magazine?	¿Conoces la revista digital Exceso?
N	Valid	3	1	3	1
	Missing	197	199	197	199
	Mean	1,00	1,00	1,00	1,00
	Median	1,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	1	1	1	1
	Std. Deviation	,000		,000	
	Std. Error of Skewness	1,225		1,225	
	Sum	3	1	3	1

Statistics

		¿Conoces la revista digital Mecánica Popular?	¿Conoces la revista digital Sport Life?	¿Conoces la revista digital Hola?	¿Conoces la revista digital Geociencias?
N	Valid	1	1	1	1
	Missing	199	199	199	199
	Mean	1,00	1,00	1,00	1,00

ANEXOS E

Median	1,00	1,00	1,00	1,00
Mode	1	1	1	1
Sum	1	1	1	1

Statistics

		¿Conoces la revista digital Estampas?	¿Conoces la revista digital Psicología Científica?	¿Conoces la revista digital Psicología on Line?	¿Conoces la revista digital El Salmón?
N	Valid	1	3	2	1
	Missing	199	197	198	199
	Mean	1,00	1,00	1,00	1,00
	Median	1,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	1	1	1	1
	Std. Deviation		,000	,000	
	Std. Error of Skewness		1,225		
	Sum	1	3	2	1

Statistics

		¿Conoces la revista digital Orbis?	¿Conoces la revista digital Negotium?	¿Conoces la revista digital Guayoyo en Letras?	¿Conoces la revista digital Factum?
N	Valid	3	1	3	1
	Missing	197	199	197	199
	Mean	1,00	1,00	1,00	1,00
	Median	1,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	1	1	1	1
	Std. Deviation	,000		,000	
	Std. Error of Skewness	1,225		1,225	
	Sum	3	1	3	1

Statistics

	¿Conoces la revista digital Vanity Fair?	¿Conoces la revista digital Photomagazine?	¿Conoces la revista digital Muheve?	¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?

ANEXOS E

N	Valid	1	1	1	1
	Missing	199	199	199	199
	Mean	1,00	1,00	1,00	1,00
	Median	1,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	1	1	1	1
	Sum	1	1	1	1

Statistics

		¿Conoces la revista digital Pijama Surf?	¿Conoces la revista digital Letralia?	¿Conoces la revista digital Dialnet?	¿Conoces la revista digital Plátano Verde?
N	Valid	1	1	2	2
	Missing	199	199	198	198
	Mean	1,00	1,00	1,00	1,00
	Median	1,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	1	1	1	1
	Std. Deviation			,000	,000
	Sum	1	1	2	2

Statistics

		¿Conoces la revista digital Comunicación?	¿Conoces la revista digital The Daily?	¿Conoces la revista digital Economist?	¿Conoces la revista digital Time?
N	Valid	1	1	1	1
	Missing	199	199	199	199
	Mean	1,00	1,00	1,00	1,00
	Median	1,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	1	1	1	1
	Sum	1	1	1	1

Statistics

		¿Conoces la revista digital Razor.Monkey?	¿Conoces la revista digital Vida Extrema?	¿Conoces la revista digital Rolling Stone Magazine?	¿Conoces la revista digital Marca?
N	Valid	1	4	1	1
	Missing	199	196	199	199

ANEXOS E

Mean	1,00	1,00	1,00	1,00
Median	1,00	1,00	1,00	1,00
Mode	1	1	1	1
Std. Deviation		,000		
Std. Error of Skewness		1,014		
Std. Error of Kurtosis		2,619		
Sum	1	4	1	1

Statistics

		¿Conoces la revista digital 7 Capas?	¿Conoces la revista digital Urbe Bikini?	¿Conoces la revista digital La Doce?	¿Conoces la revista digital Acceso Directv?
N	Valid	2	1	1	1
	Missing	198	199	199	199
	Mean	1,00	1,00	1,00	1,00
	Median	1,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	1	1	1	1
	Std. Deviation	,000			
	Sum	2	1	1	1

Statistics

		¿Conoces la revista digital Prisma?	¿Conoces la revista digital BussinesWeek?	¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?
N	Valid	1	1	174	174
	Missing	199	199	26	26
	Mean	1,00	1,00	1,58	1,44
	Median	1,00	1,00	2,00	1,00
	Mode	1	1	2	1
	Std. Deviation			,495	,497
	Skewness			-,329	,257
	Std. Error of Skewness			,184	,184
	Kurtosis			-1,914	-1,957
	Std. Error of Kurtosis			,366	,366

ANEXOS E

Statistics

		¿Conoces la revista digital Prisma?	¿Conoces la revista digital BussinesWeek?	¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?
N	Valid	1	1	174	174
	Missing	199	199	26	26
	Mean	1,00	1,00	1,58	1,44
	Median	1,00	1,00	2,00	1,00
	Mode	1	1	2	1
	Std. Deviation			,495	,497
	Skewness			-,329	,257
	Std. Error of Skewness			,184	,184
	Kurtosis			-1,914	-1,957
	Std. Error of Kurtosis			,366	,366
	Sum	1	1	275	250

Statistics

		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?
N	Valid	174	184	185	184
	Missing	26	16	15	16
	Mean	1,91	1,99	1,41	1,45
	Median	2,00	2,00	1,00	1,00
	Mode	2	2	1	1
	Std. Deviation	,301	,074	,492	,499
	Skewness	-3,597	-13,565	,388	,198
	Std. Error of Skewness	,184	,179	,179	,179
	Kurtosis	13,273	184,000	-1,869	-1,982
	Std. Error of Kurtosis	,366	,356	,355	,356
	Sum	333	367	260	267

ANEXOS E

Statistics

		¿Conoces el término Underground?	¿Te identificas con este estilo?	¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?	¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?
N	Valid	200	200	200	200
	Missing	0	0	0	0
	Mean	1,24	1,67	1,34	1,52
	Median	1,00	2,00	1,00	2,00
	Mode	1	2	1	2
	Std. Deviation	,428	,473	,473	,501
	Skewness	1,227	-,704	,704	-,081
	Std. Error of Skewness	,172	,172	,172	,172
	Kurtosis	-,500	-1,519	-1,519	-2,014
	Std. Error of Kurtosis	,342	,342	,342	,342
	Sum	248	333	267	304

Statistics

		¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?	¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?	¿No has asistido a ninguno?	¿Leerías una revista digital de corte underground?
N	Valid	200	200	200	200
	Missing	0	0	0	0
	Mean	1,63	1,90	1,78	1,18
	Median	2,00	2,00	2,00	1,00
	Mode	2	2	2	1
	Std. Deviation	,484	,307	,415	,381
	Skewness	-,543	-2,597	-1,362	1,724
	Std. Error of Skewness	,172	,172	,172	,172
	Kurtosis	-1,723	4,790	-,146	,981
	Std. Error of Kurtosis	,342	,342	,342	,342
	Sum	326	379	356	235

Statistics

ANEXOS E

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?
N	Valid	169	169	165	165
	Missing	31	31	35	35
	Mean	1,14	1,27	1,48	1,25
	Median	1,00	1,00	1,00	1,00
	Mode	1	1	1	1
	Std. Deviation	,344	,446	,501	,437
	Skewness	2,142	1,033	,086	1,137
	Std. Error of Skewness	,187	,187	,189	,189
	Kurtosis	2,617	-,945	-2,017	-,715
	Std. Error of Kurtosis	,371	,371	,376	,376
	Sum	192	215	244	207

Statistics

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?
N	Valid	165	165	165	165
	Missing	35	35	35	35
	Mean	1,67	1,70	1,33	1,19
	Median	2,00	2,00	1,00	1,00
	Mode	2	2	1	1
	Std. Deviation	,473	,461	,473	,392
	Skewness	-,714	-,865	,714	1,613
	Std. Error of Skewness	,189	,189	,189	,189
	Kurtosis	-1,509	-1,267	-1,509	,608
	Std. Error of Kurtosis	,376	,376	,376	,376
	Sum	275	280	220	196

ANEXOS E

Statistics

		¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?	¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?
N	Valid	165	166
	Missing	35	34
	Mean	2,12	1,21
	Median	2,00	1,00
	Mode	3	1
	Std. Deviation	,861	,409
	Skewness	-,063	1,431
	Std. Error of Skewness	,189	,188
	Kurtosis	-1,302	,047
	Std. Error of Kurtosis	,376	,375
	Sum	350	201

Frequency Table

Edad

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16	1	,5	,5	,5
	17	2	1,0	1,0	1,5
	18	13	6,5	6,5	8,0
	19	35	17,5	17,5	25,5
	20	24	12,0	12,0	37,5
	21	31	15,5	15,5	53,0
	22	28	14,0	14,0	67,0
	23	25	12,5	12,5	79,5
	24	15	7,5	7,5	87,0

ANEXOS E

25	10	5,0	5,0	92,0
26	7	3,5	3,5	95,5
27	1	,5	,5	96,0
28	2	1,0	1,0	97,0
29	2	1,0	1,0	98,0
31	1	,5	,5	98,5
32	2	1,0	1,0	99,5
36	1	,5	,5	100,0
Total	200	100,0	100,0	

Sexo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Masculino	79	39,5	39,5	39,5
	Femenino	121	60,5	60,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

¿Usas Internet?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	200	100,0	100,0	100,0

¿Lees revistas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	200	100,0	100,0	100,0

¿Qué tipo de revistas prefieres leer?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

ANEXOS E

Valid	Especializadas	58	29,0	29,0	29,0
	Variedades	78	39,0	39,0	68,0
	Políticas	4	2,0	2,0	70,0
	Deportivas	33	16,5	16,5	86,5
	De Economía	1	,5	,5	87,0
	De Actualidad	16	8,0	8,0	95,0
	Juveniles	9	4,5	4,5	99,5
	Corporativas	1	,5	,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

¿Posees Internet en tu casa?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	197	98,5	98,5	98,5
	No	3	1,5	1,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Diariamente	184	92,0	92,0	92,0
	De 2 a 4 días a la semana	13	6,5	6,5	98,5
	1 día a la semana	2	1,0	1,0	99,5
	Menos de 1 día a la semana	1	,5	,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

¿Visitas páginas Web informativas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	154	77,0	77,0	77,0

ANEXOS E

No	46	23,0	23,0	100,0
Total	200	100,0	100,0	

¿Visitas páginas Web educativas?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	96	48,0	48,0	48,0
No	104	52,0	52,0	100,0
Total	200	100,0	100,0	

¿Visitas redes sociales?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	181	90,5	90,5	90,5
No	19	9,5	9,5	100,0
Total	200	100,0	100,0	

¿Visitas páginas Web culturales?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	92	46,0	46,0	46,0
No	108	54,0	54,0	100,0
Total	200	100,0	100,0	

¿Visitas páginas Web corporativas?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	46	23,0	23,0	23,0
No	154	77,0	77,0	100,0
Total	200	100,0	100,0	

ANEXOS E

¿Alguna vez has leído una revista digital?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	117	58,5	58,5	58,5
	No	83	41,5	41,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

¿Conoces la revista digital Tú en Línea?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	4	2,0	100,0	100,0
Missing	System	196	98,0		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Tendencias 21?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital ProDavinci?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	3	1,5	100,0	100,0
Missing	System	197	98,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital ZP Magazine?

ANEXOS E

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Distorsion?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	2	1,0	100,0	100,0
Missing	System	198	99,0		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Bazar?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Vouge?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	3	1,5	100,0	100,0
Missing	System	197	98,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital IFAB?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0

ANEXOS E

Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital CyZone?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	2	1,0	100,0	100,0
Missing	System	198	99,0		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital BBC?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Interamericana de Bibliotecología?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

ANEXOS E

¿Conoces la revista digital Entre Rayas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	3	1,5	100,0	100,0
Missing	System	197	98,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Metapolítica?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Ecoinvest?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Glamour?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	3	1,5	100,0	100,0
Missing	System	197	98,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital PC World?

ANEXOS E

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital PC Magazine?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	3	1,5	100,0	100,0
Missing	System	197	98,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Exceso?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Mecánica Popular?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Sport Life?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0

ANEXOS E

Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Hola?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Geociencias?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Estampas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Psicología Científica?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	3	1,5	100,0	100,0
Missing	System	197	98,5		
	Total	200	100,0		

ANEXOS E

¿Conoces la revista digital Psicología on Line?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	2	1,0	100,0	100,0
Missing	System	198	99,0		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital El Salmón?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Orbis?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	3	1,5	100,0	100,0
Missing	System	197	98,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Negotium?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Guayoyo en Letras?

ANEXOS E

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	3	1,5	100,0	100,0
Missing	System	197	98,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Factum?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Vanity Fair?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Photomagazine?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Muheve?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0

ANEXOS E

Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Pijama Surf?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Letralia?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Dialnet?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	2	1,0	100,0	100,0
Missing	System	198	99,0		
	Total	200	100,0		

ANEXOS E

¿Conoces la revista digital Plátano Verde?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	2	1,0	100,0	100,0
Missing	System	198	99,0		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Comunicación?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital The Daily?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Economist?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Time?

ANEXOS E

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Razor.Monkey?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Vida Extrema?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	4	2,0	100,0	100,0
Missing	System	196	98,0		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Rolling Stone Magazine?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Marca?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0

ANEXOS E

Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital 7 Capas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	2	1,0	100,0	100,0
Missing	System	198	99,0		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Urbe Bikini?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital La Doce?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital Acceso Directv?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

ANEXOS E

¿Conoces la revista digital Prisma?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Conoces la revista digital BussinesWeek?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	100,0	100,0
Missing	System	199	99,5		
	Total	200	100,0		

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	73	36,5	42,0	42,0
	No	101	50,5	58,0	100,0
	Total	174	87,0	100,0	
Missing	System	26	13,0		
	Total	200	100,0		

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	98	49,0	56,3	56,3
	No	76	38,0	43,7	100,0
	Total	174	87,0	100,0	
Missing	System	26	13,0		
	Total	200	100,0		

ANEXOS E

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	1	,5	,6	,6
	Sí	13	6,5	7,5	8,0
	No	160	80,0	92,0	100,0
	Total	174	87,0	100,0	
Missing	System	26	13,0		
	Total	200	100,0		

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	,5	,5	,5
	No	183	91,5	99,5	100,0
	Total	184	92,0	100,0	
Missing	System	16	8,0		
	Total	200	100,0		

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	110	55,0	59,5	59,5
	No	75	37,5	40,5	100,0
	Total	185	92,5	100,0	
Missing	System	15	7,5		
	Total	200	100,0		

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

ANEXOS E

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	101	50,5	54,9	54,9
	No	83	41,5	45,1	100,0
	Total	184	92,0	100,0	
Missing	System	16	8,0		
	Total	200	100,0		

¿Conoces el término Underground?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	152	76,0	76,0	76,0
	No	48	24,0	24,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

¿Te identificas con este estilo?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	67	33,5	33,5	33,5
	No	133	66,5	66,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	133	66,5	66,5	66,5
	No	67	33,5	33,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

ANEXOS E

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	96	48,0	48,0	48,0
	No	104	52,0	52,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	74	37,0	37,0	37,0
	No	126	63,0	63,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	21	10,5	10,5	10,5
	No	179	89,5	89,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

¿No has asistido a ninguno?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	44	22,0	22,0	22,0
	No	156	78,0	78,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

¿Leerías una revista digital de corte underground?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

ANEXOS E

Valid	Sí	165	82,5	82,5	82,5
	No	35	17,5	17,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	146	73,0	86,4	86,4
	No	23	11,5	13,6	100,0
	Total	169	84,5	100,0	
Missing	System	31	15,5		
	Total	200	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	123	61,5	72,8	72,8
	No	46	23,0	27,2	100,0
	Total	169	84,5	100,0	
Missing	System	31	15,5		
	Total	200	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	86	43,0	52,1	52,1
	No	79	39,5	47,9	100,0
	Total	165	82,5	100,0	
Missing	System	35	17,5		

ANEXOS E

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	86	43,0	52,1	52,1
	No	79	39,5	47,9	100,0
	Total	165	82,5	100,0	
Missing	System	35	17,5		
	Total	200	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	123	61,5	74,5	74,5
	No	42	21,0	25,5	100,0
	Total	165	82,5	100,0	
Missing	System	35	17,5		
	Total	200	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	55	27,5	33,3	33,3
	No	110	55,0	66,7	100,0
	Total	165	82,5	100,0	
Missing	System	35	17,5		
	Total	200	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?

ANEXOS E

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	50	25,0	30,3	30,3
	No	115	57,5	69,7	100,0
	Total	165	82,5	100,0	
Missing	System	35	17,5		
	Total	200	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	110	55,0	66,7	66,7
	No	55	27,5	33,3	100,0
	Total	165	82,5	100,0	
Missing	System	35	17,5		
	Total	200	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	134	67,0	81,2	81,2
	No	31	15,5	18,8	100,0
	Total	165	82,5	100,0	
Missing	System	35	17,5		
	Total	200	100,0		

¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Semanal	49	24,5	29,7	29,7

ANEXOS E

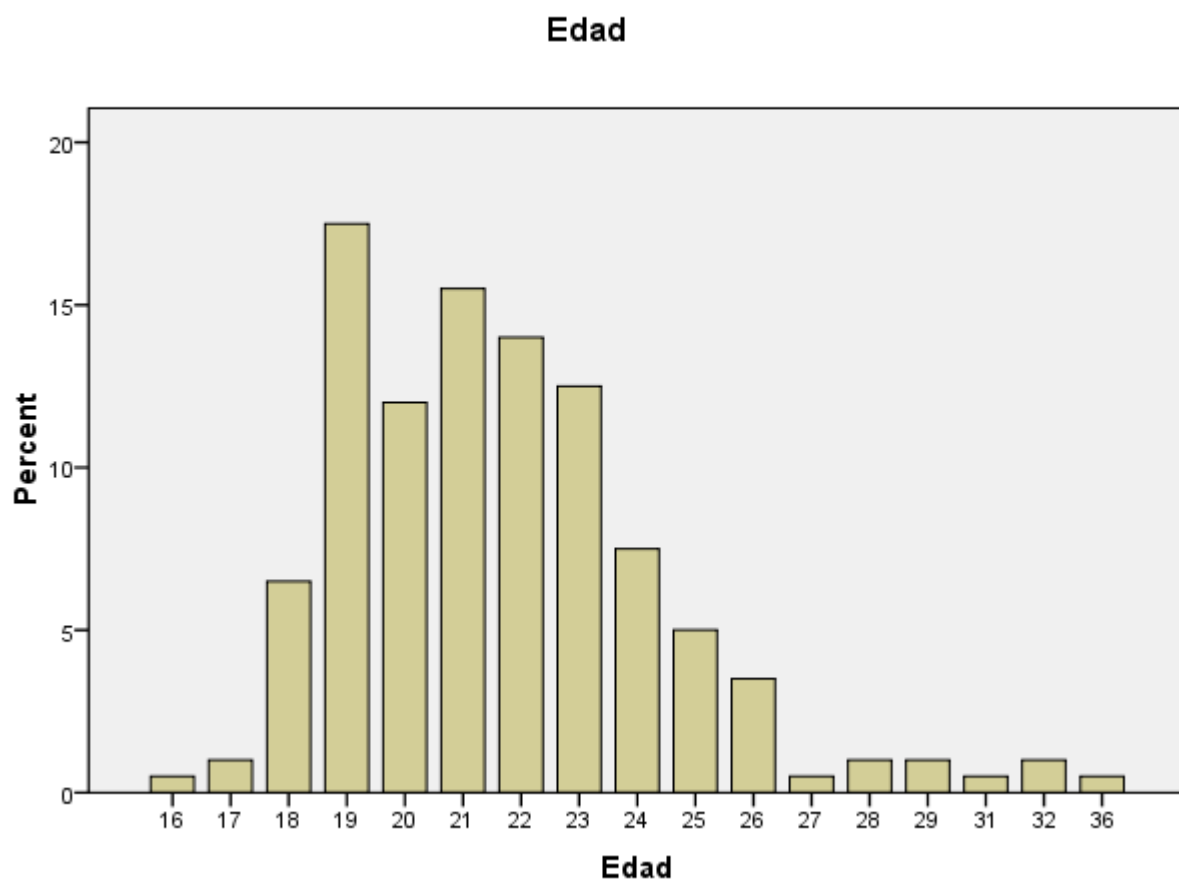
	Quincenal	50	25,0	30,3	60,0
	Mensual	63	31,5	38,2	98,2
	Bimestral	3	1,5	1,8	100,0
	Total	165	82,5	100,0	
Missing	System	35	17,5		
	Total	200	100,0		

¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

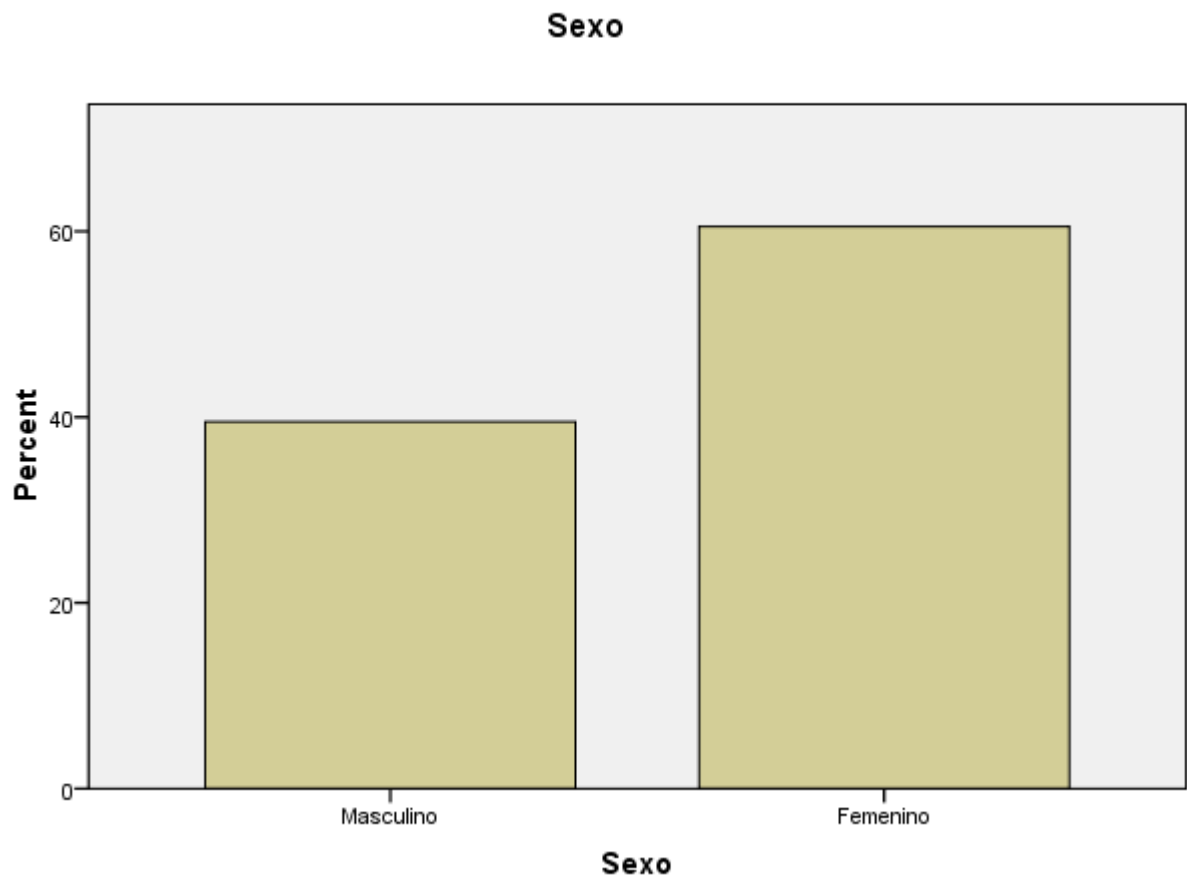
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	131	65,5	78,9	78,9
	No	35	17,5	21,1	100,0
	Total	166	83,0	100,0	
Missing	System	34	17,0		
	Total	200	100,0		

Bar Chart

ANEXOS E

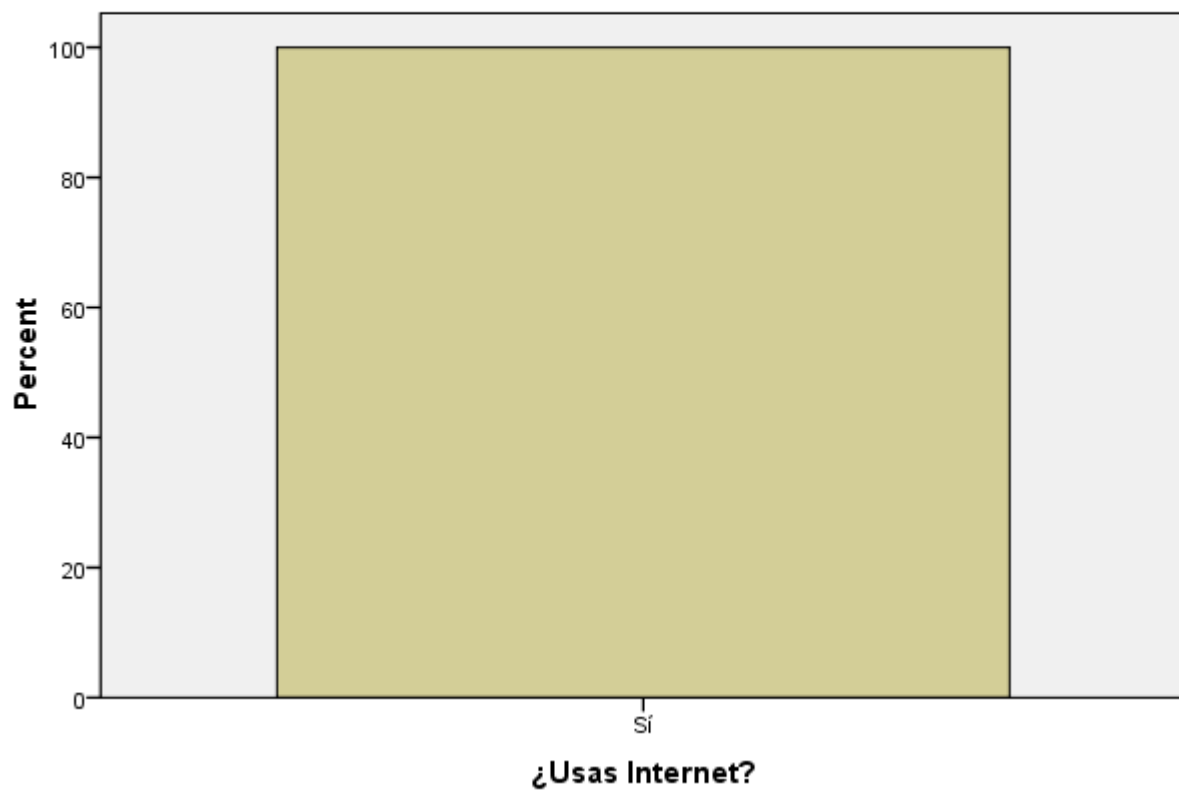


ANEXOS E



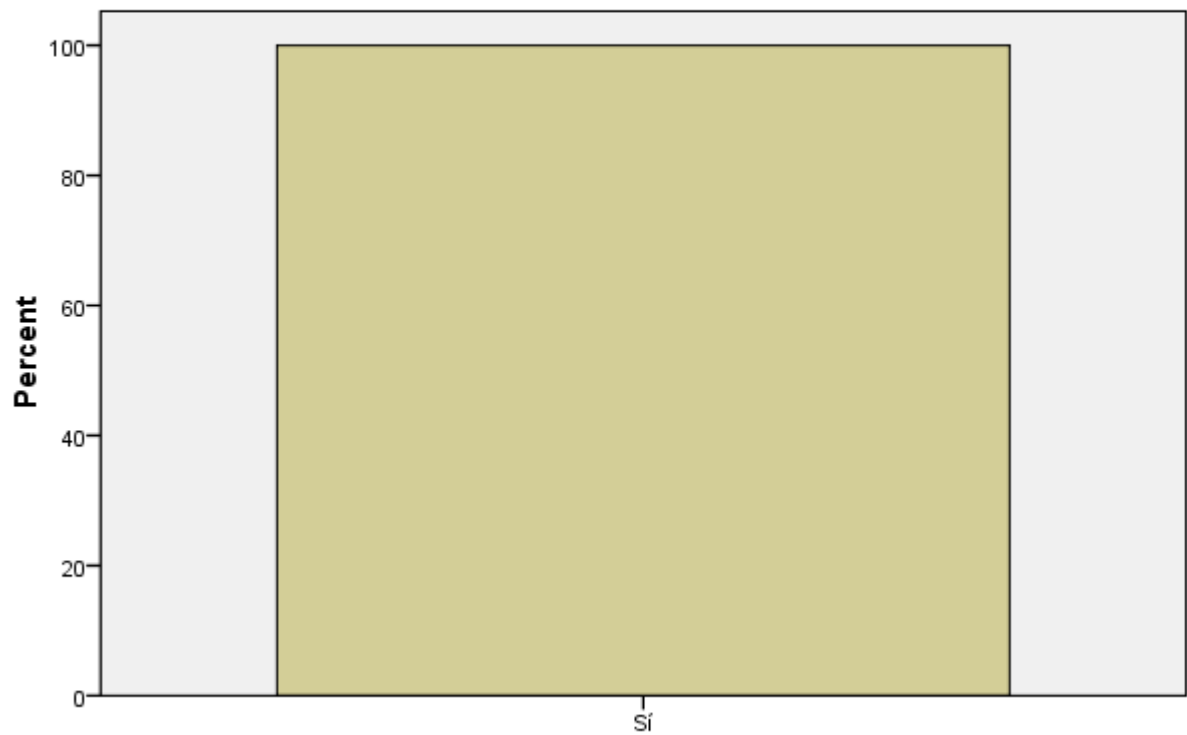
ANEXOS E

¿Usas Internet?



ANEXOS E

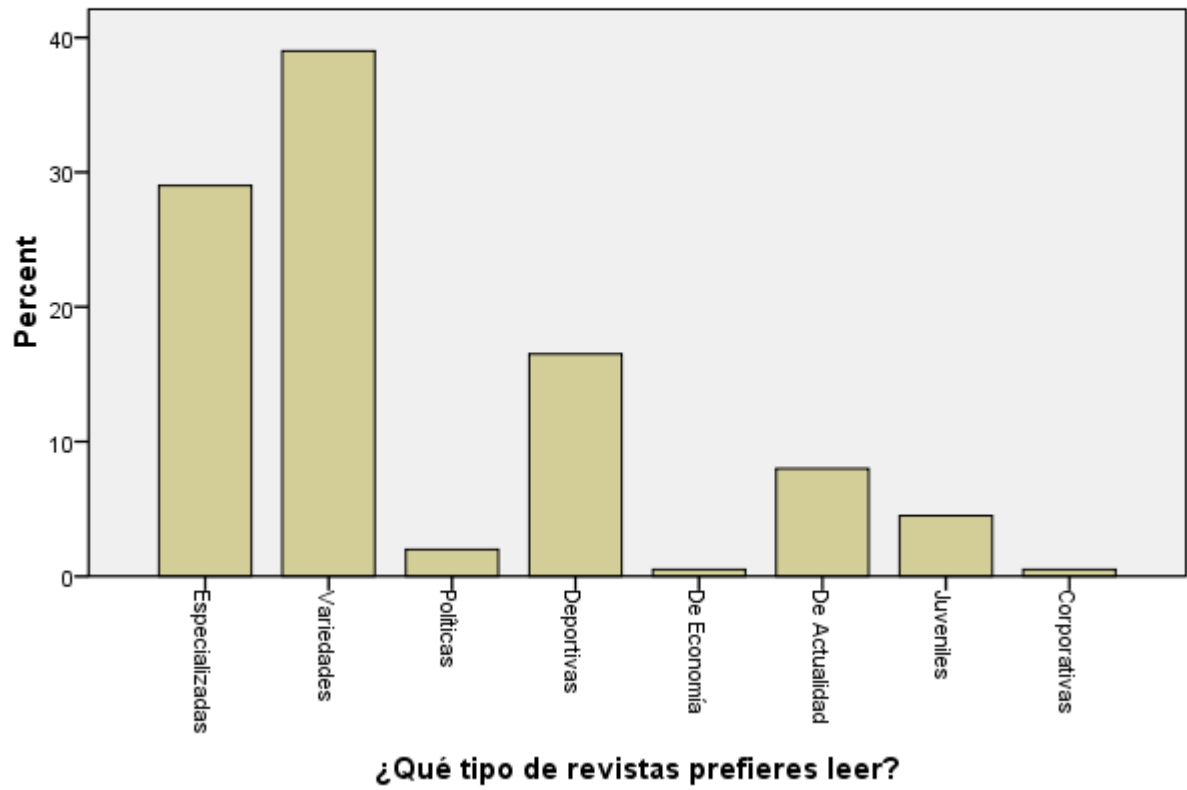
¿Lees revistas?



¿Lees revistas?

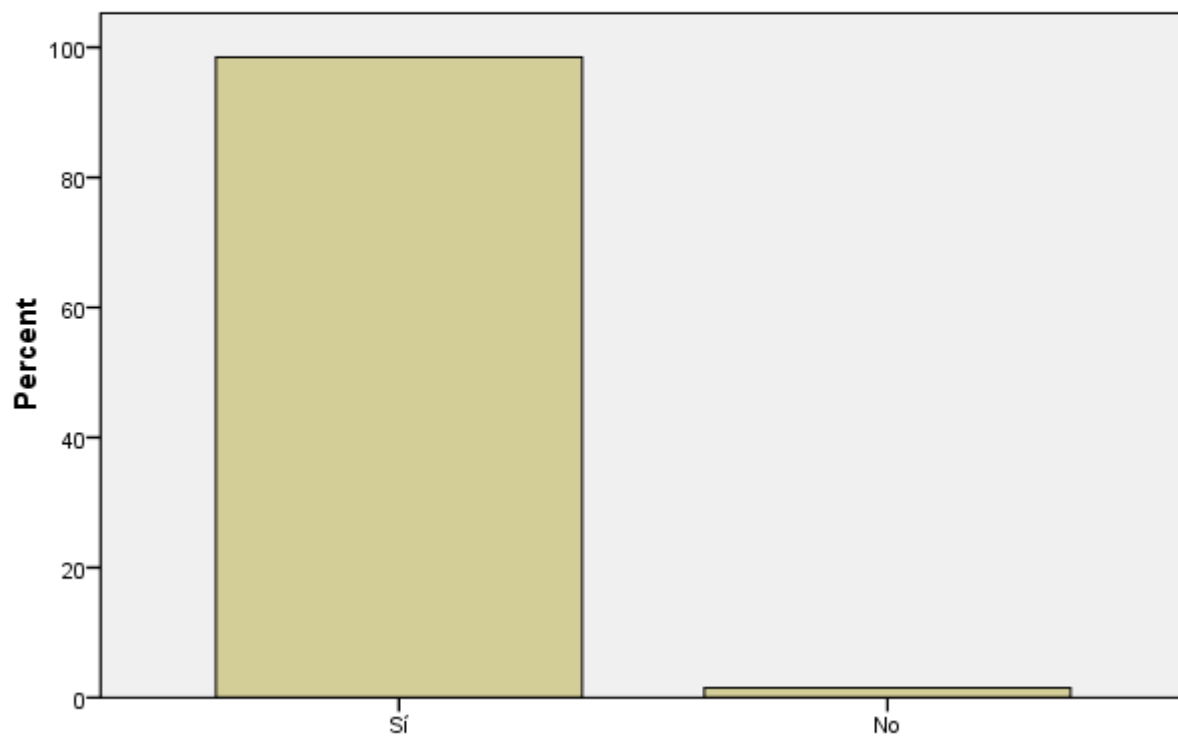
ANEXOS E

¿Qué tipo de revistas prefieres leer?



ANEXOS E

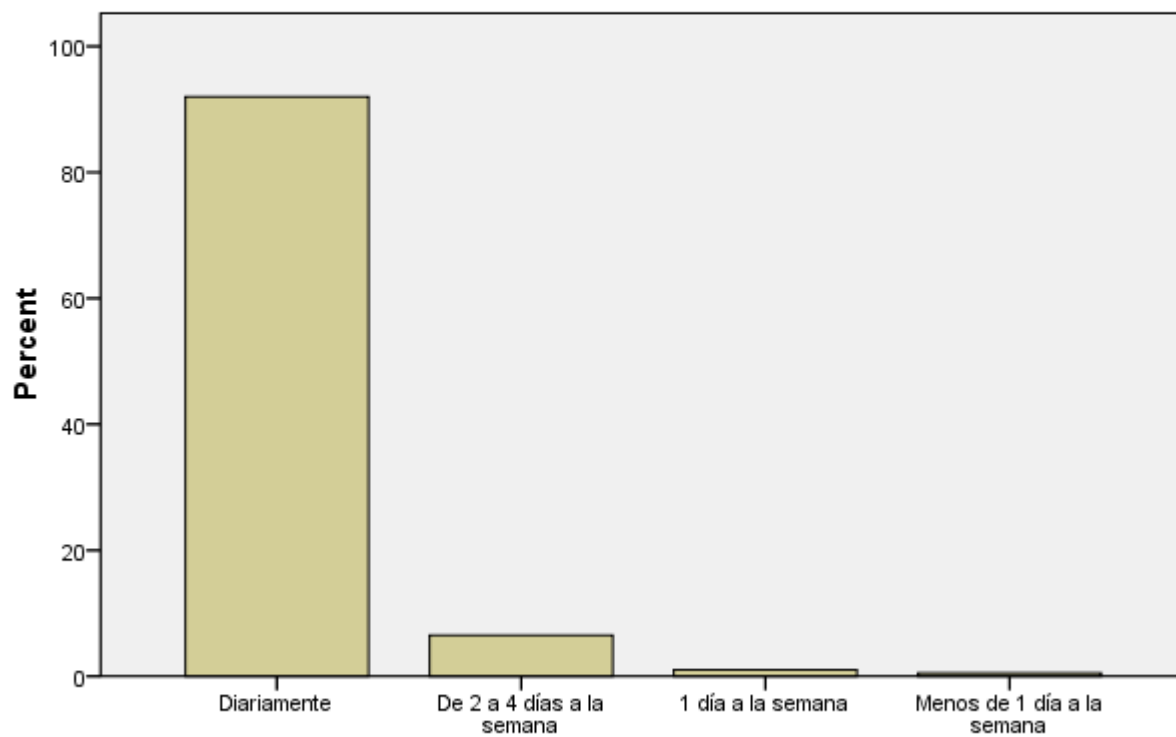
¿Posees Internet en tu casa?



¿Posees Internet en tu casa?

ANEXOS E

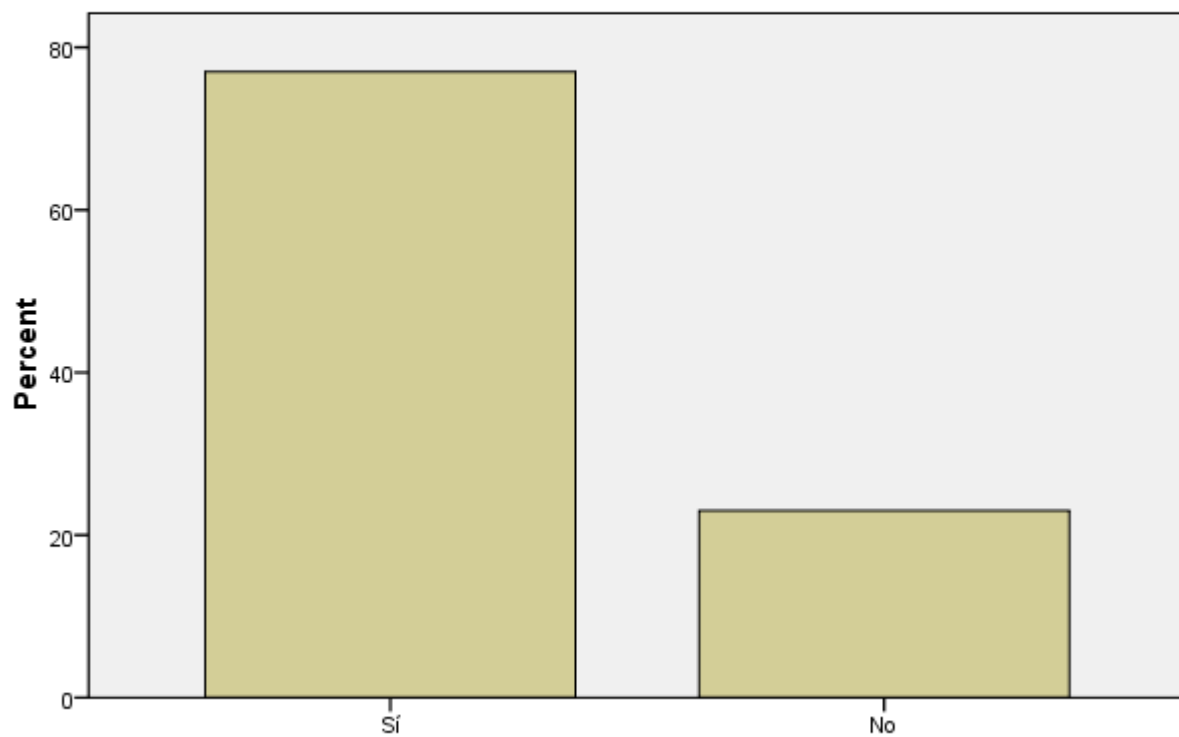
¿Con qué frecuencia utilizas Internet?



¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

ANEXOS E

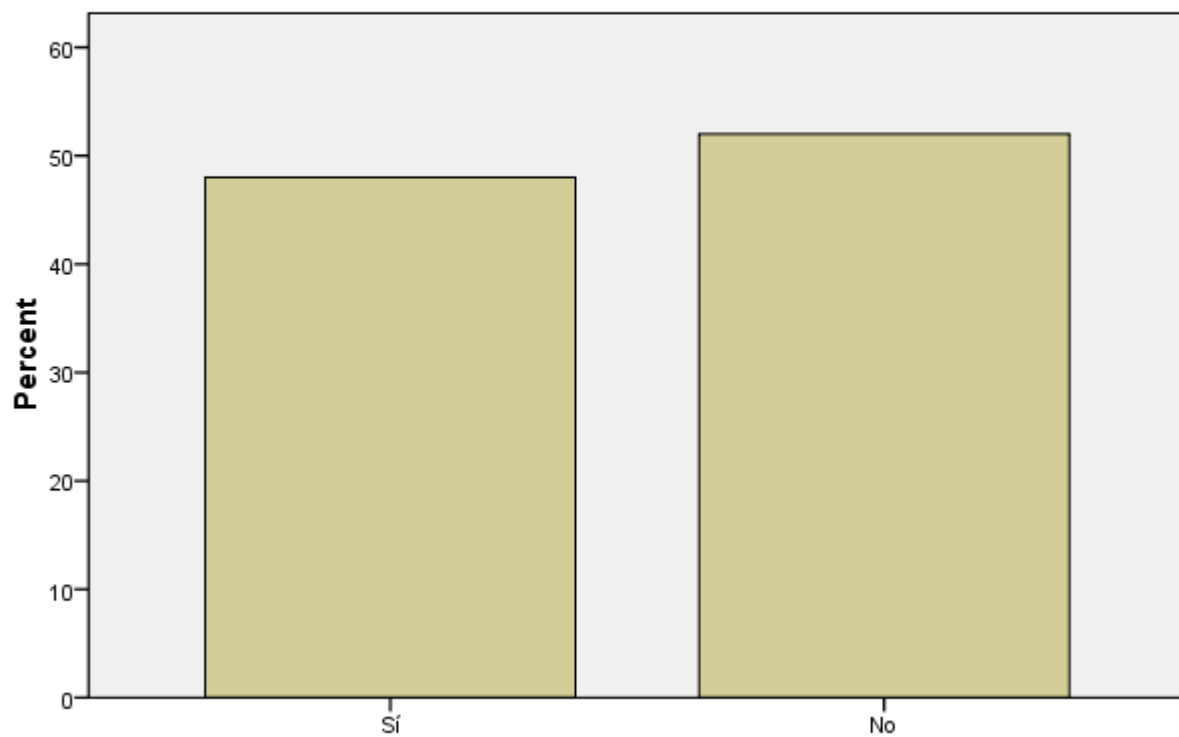
¿Visitas páginas Web informativas?



¿Visitas páginas Web informativas?

ANEXOS E

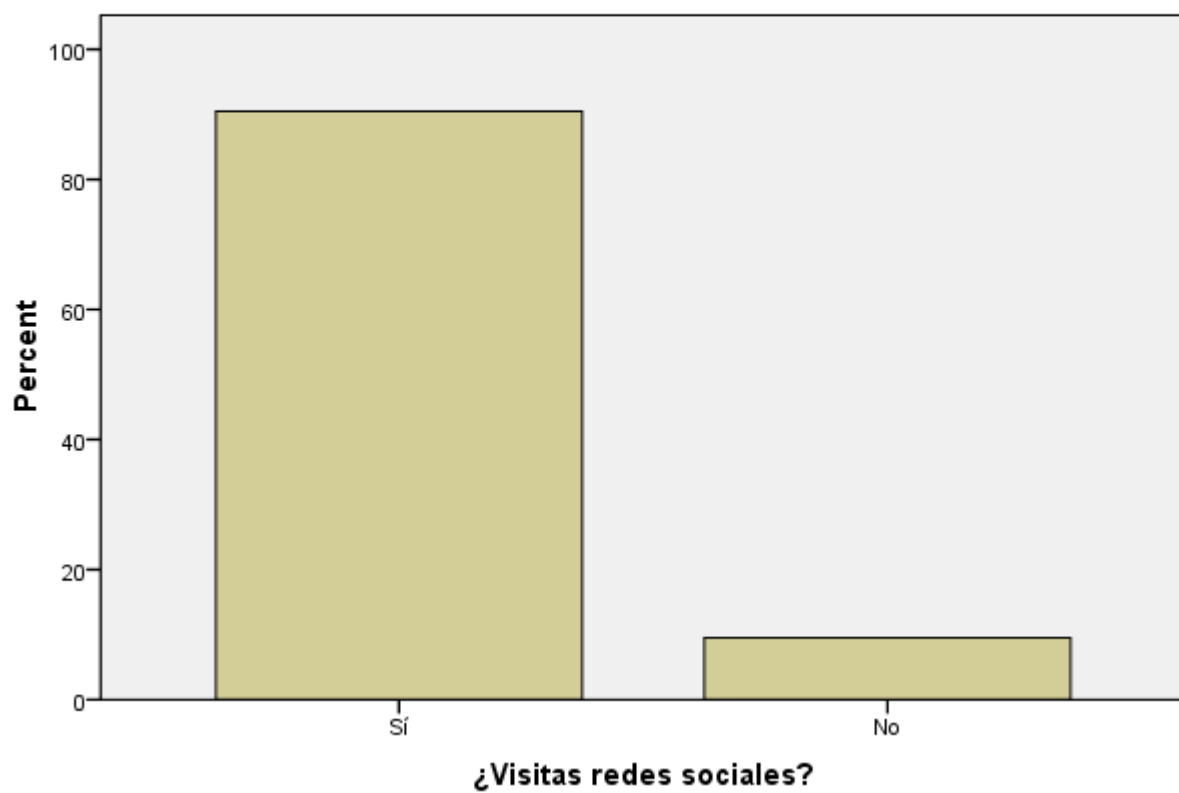
¿Visitas páginas Web educativas?



¿Visitas páginas Web educativas?

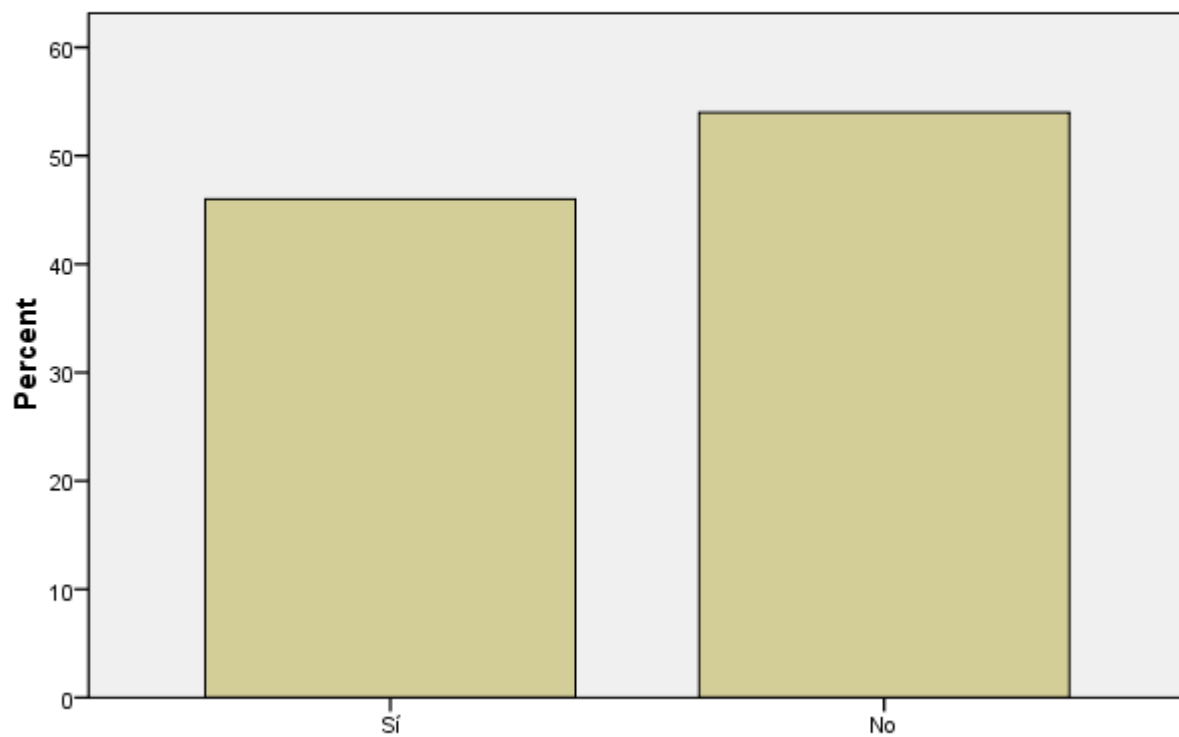
ANEXOS E

¿Visitas redes sociales?



ANEXOS E

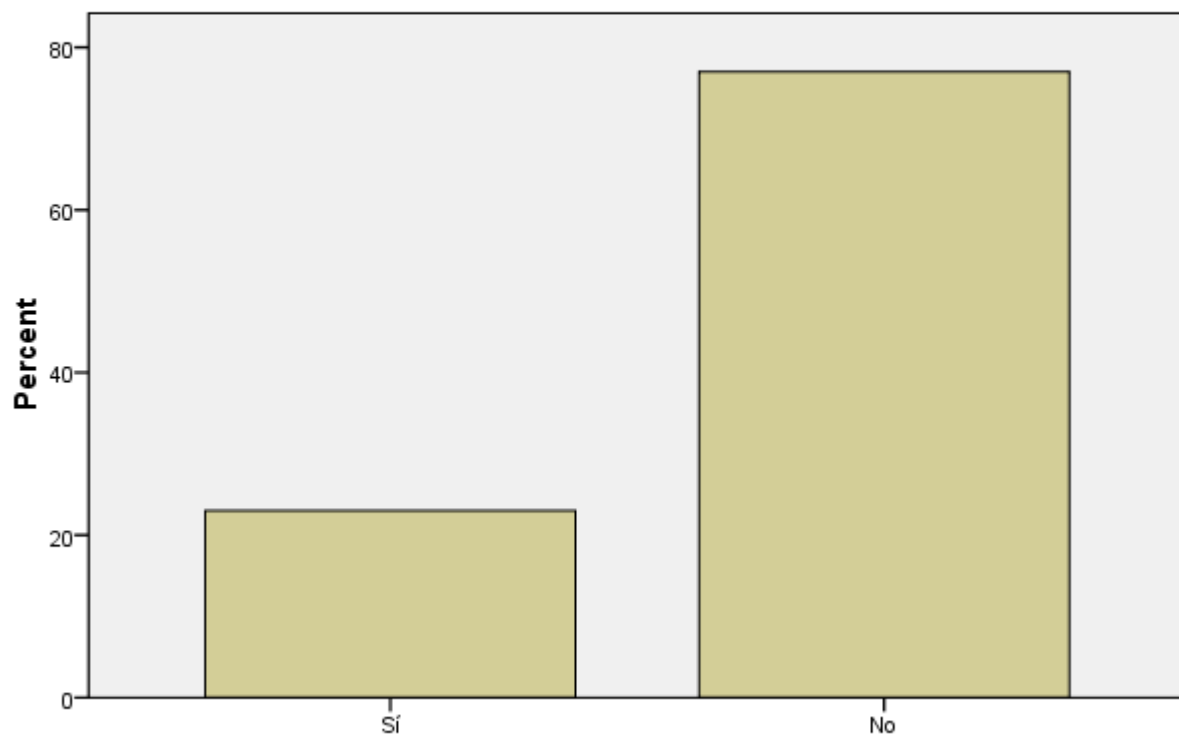
¿Visitas páginas Web culturales?



¿Visitas páginas Web culturales?

ANEXOS E

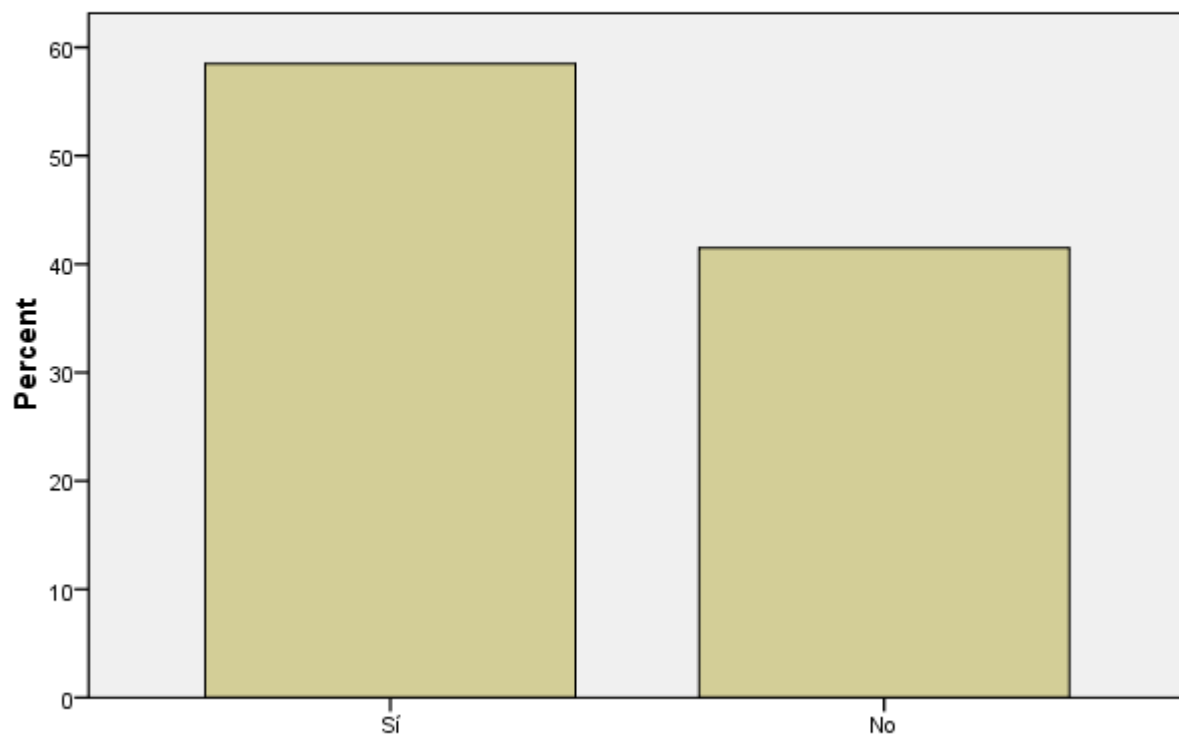
¿Visitas páginas Web corporativas?



¿Visitas páginas Web corporativas?

ANEXOS E

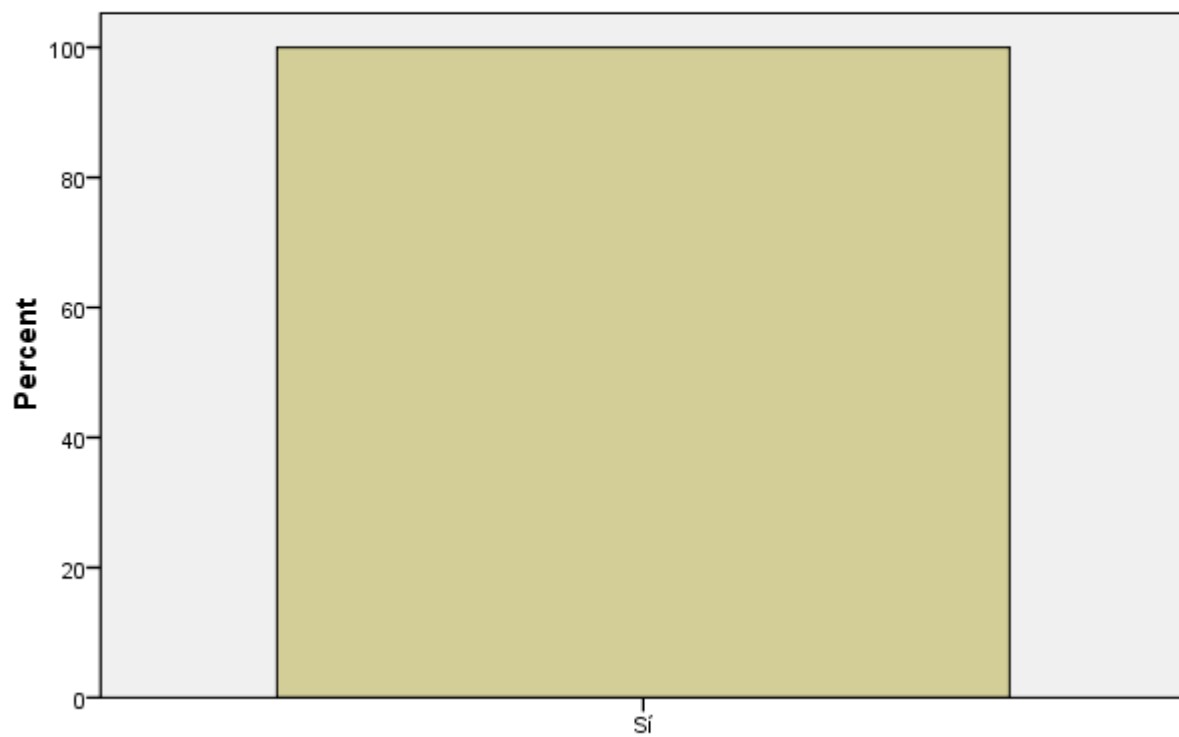
¿Alguna vez has leído una revista digital?



¿Alguna vez has leído una revista digital?

ANEXOS E

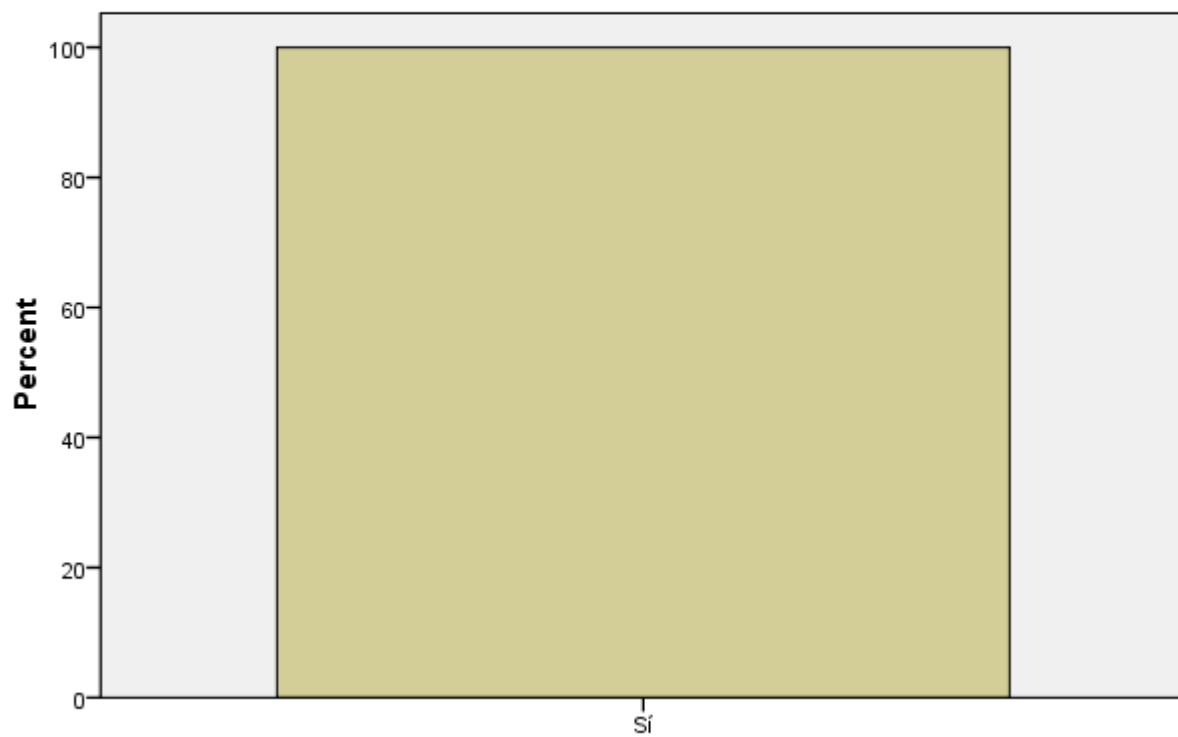
¿Conoces la revista digital Tú en Línea?



¿Conoces la revista digital Tú en Línea?

ANEXOS E

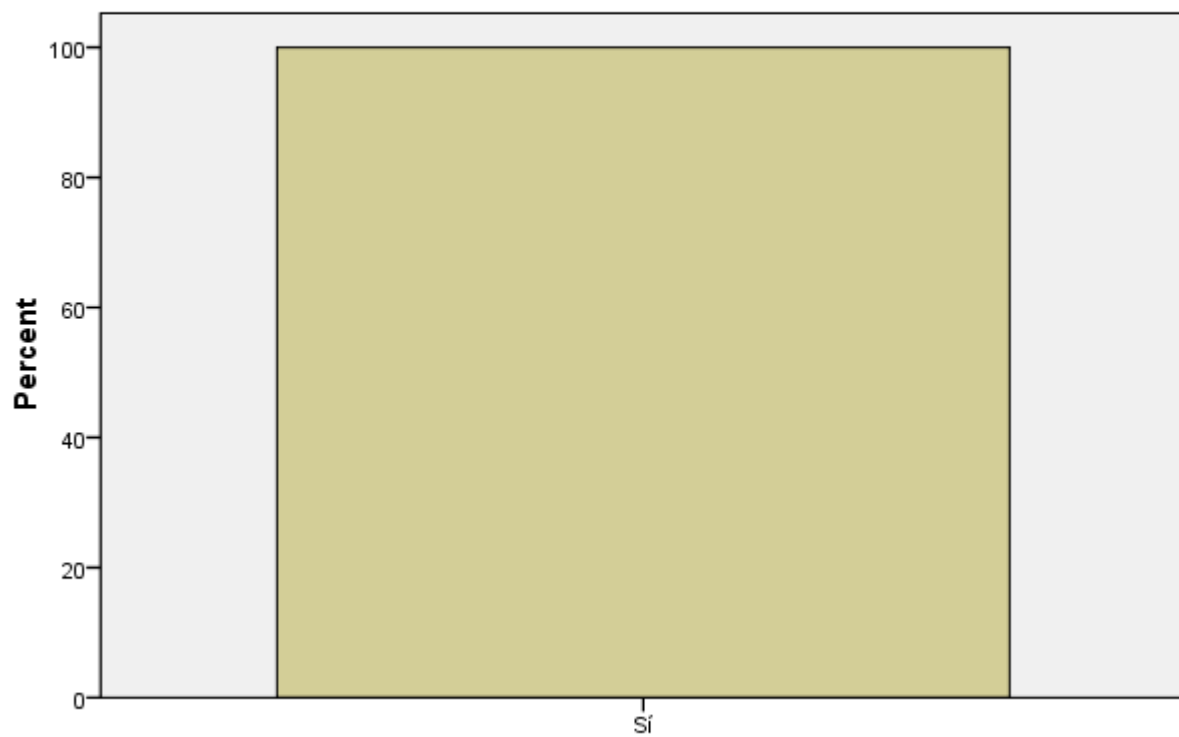
¿Conoces la revista digital Tendencias 21?



¿Conoces la revista digital Tendencias 21?

ANEXOS E

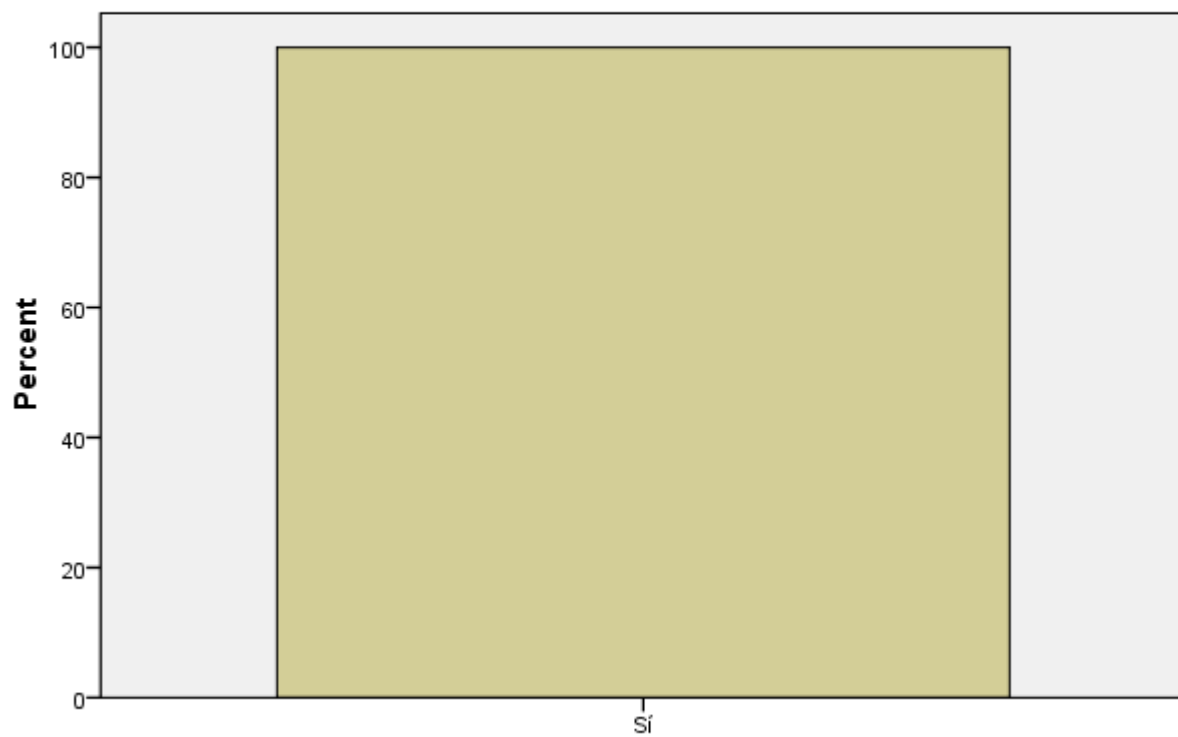
¿Conoces la revista digital ProDavinci?



¿Conoces la revista digital ProDavinci?

ANEXOS E

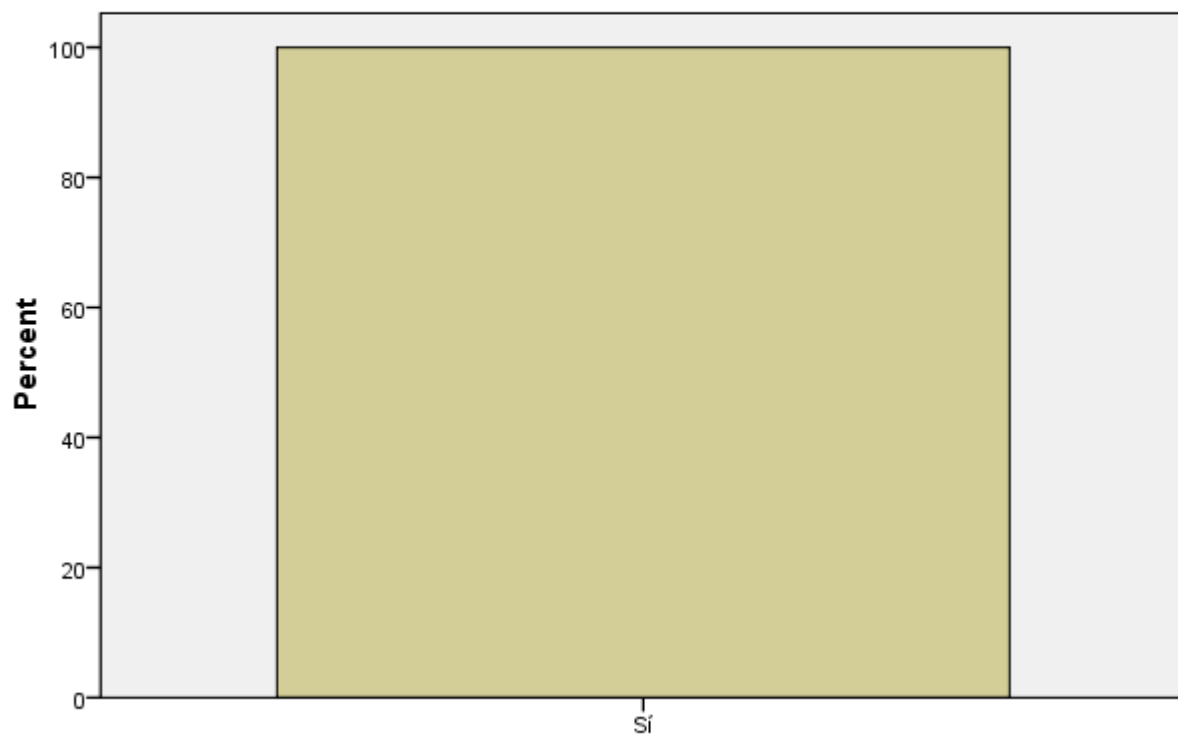
¿Conoces la revista digital ZP Magazine?



¿Conoces la revista digital ZP Magazine?

ANEXOS E

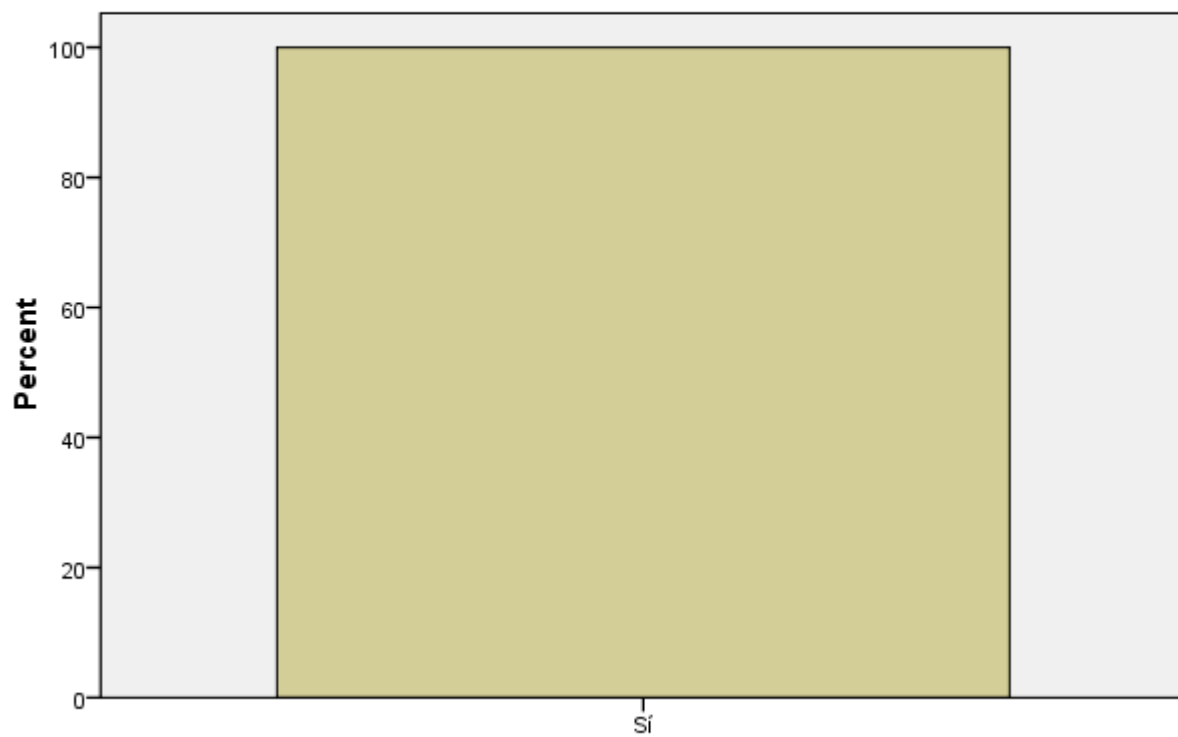
¿Conoces la revista digital Distorsion?



¿Conoces la revista digital Distorsion?

ANEXOS E

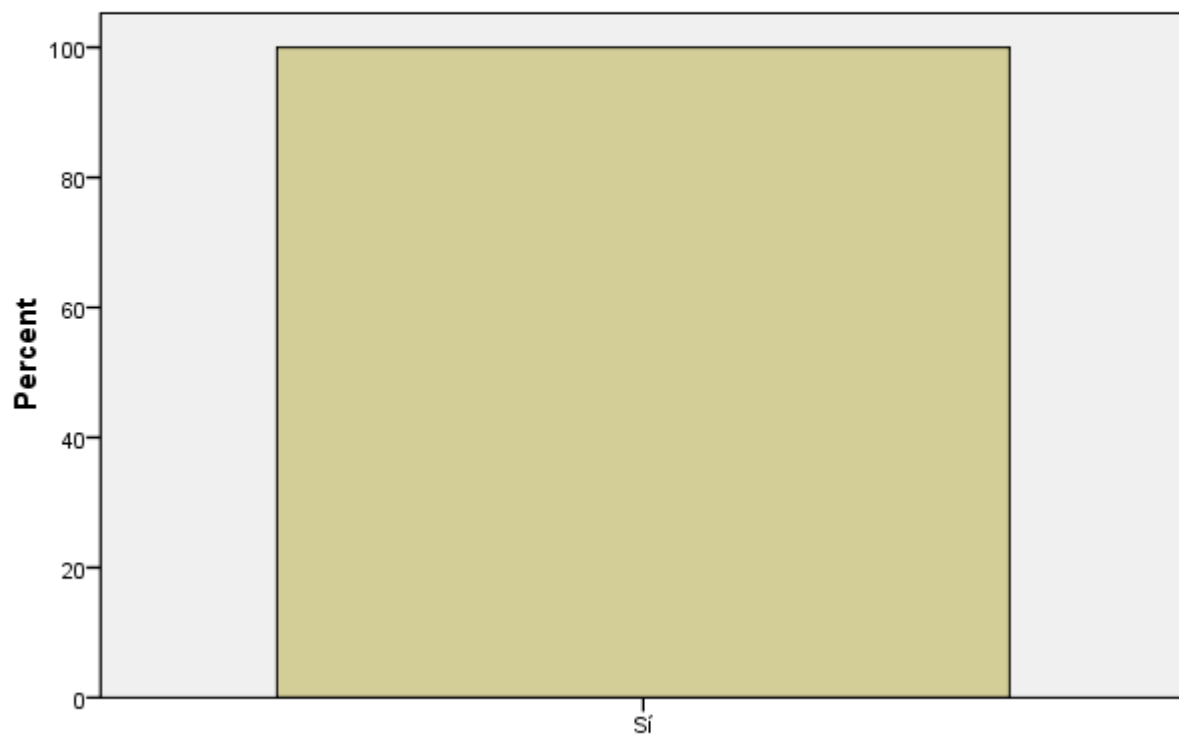
¿Conoces la revista digital Bazar?



¿Conoces la revista digital Bazar?

ANEXOS E

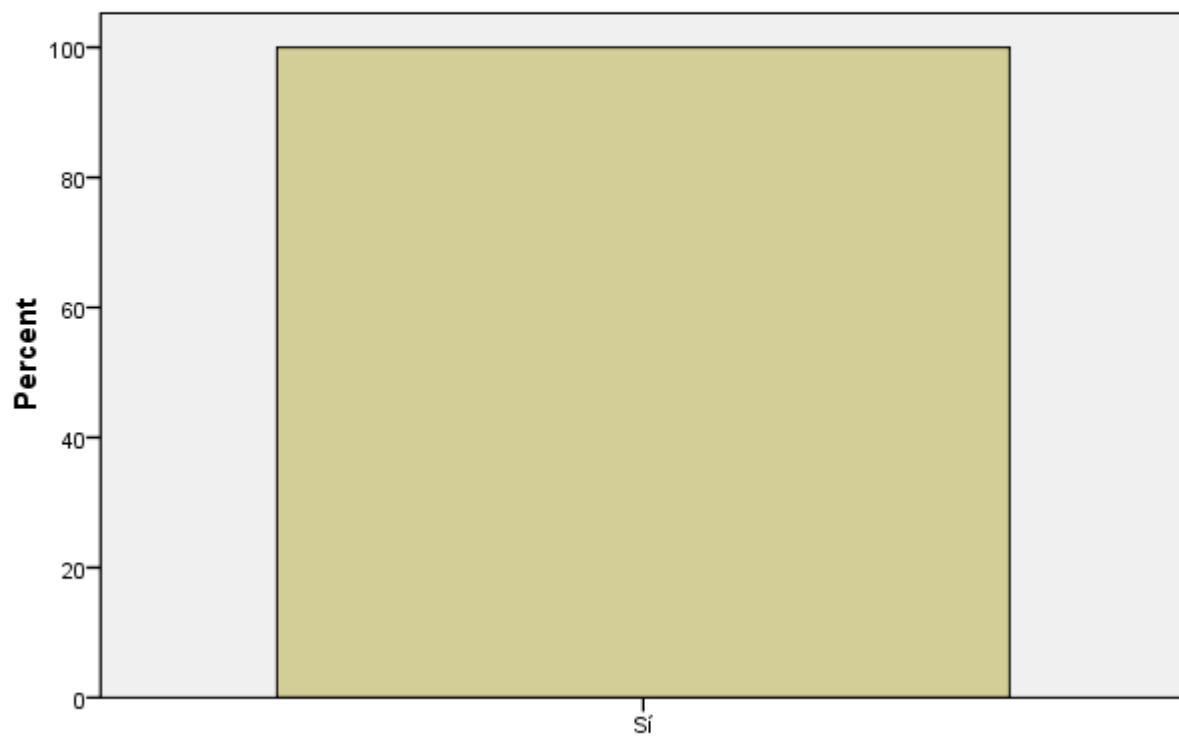
¿Conoces la revista digital Vouge?



¿Conoces la revista digital Vouge?

ANEXOS E

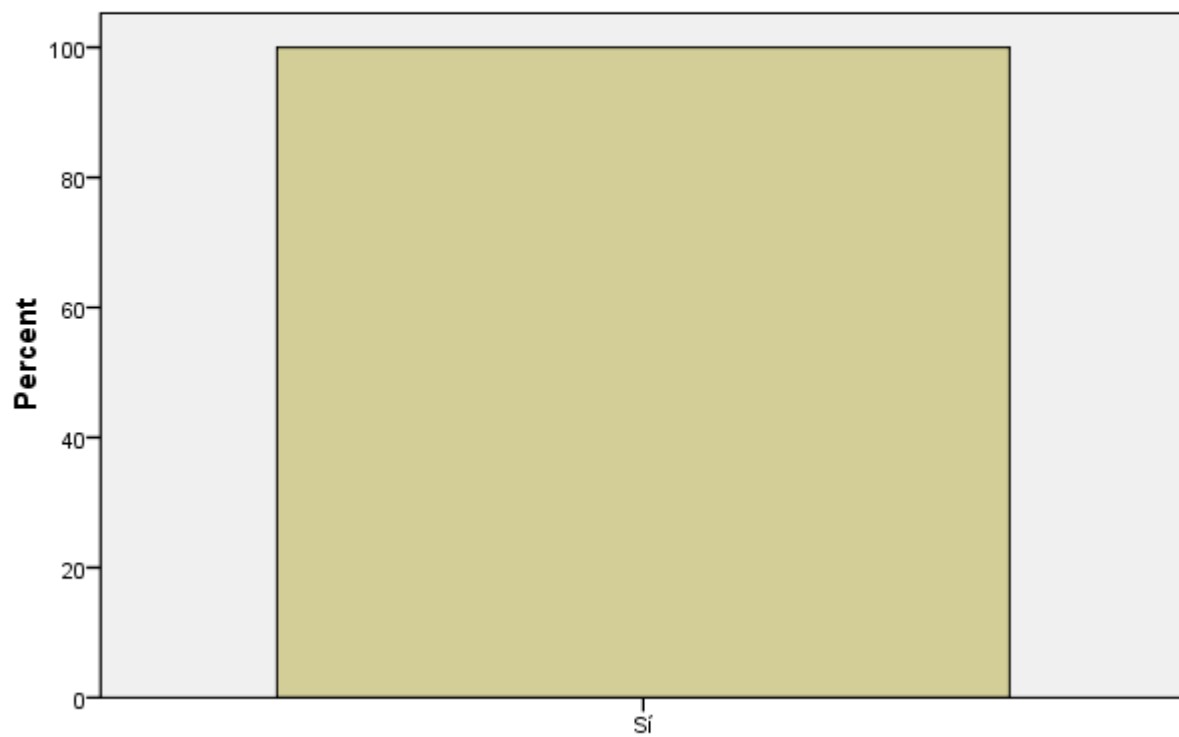
¿Conoces la revista digital IFAB?



¿Conoces la revista digital IFAB?

ANEXOS E

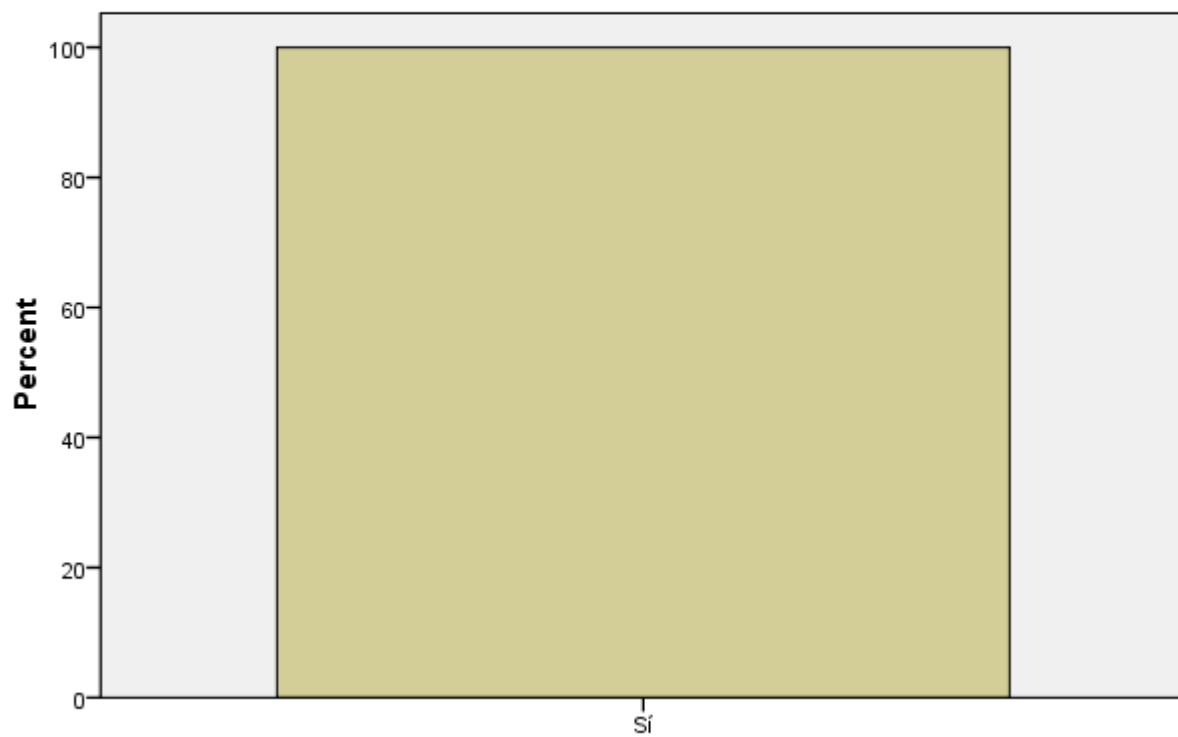
¿Conoces la revista digital CyZone?



¿Conoces la revista digital CyZone?

ANEXOS E

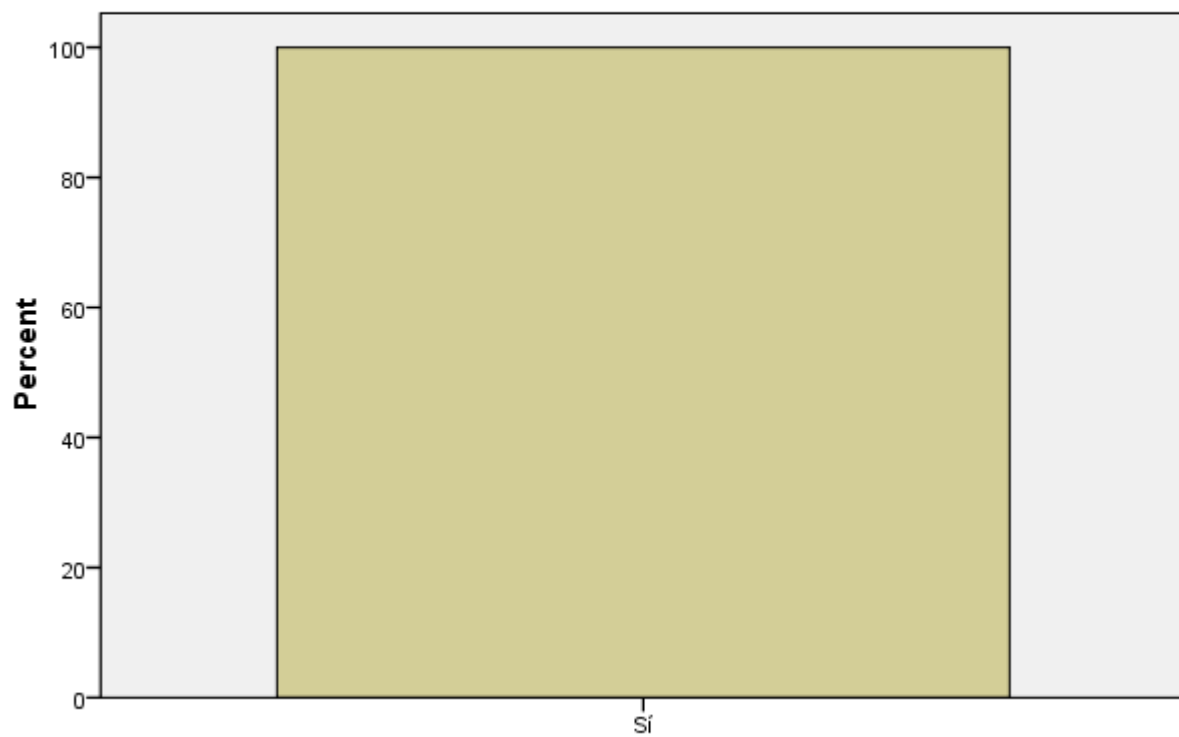
¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?



¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?

ANEXOS E

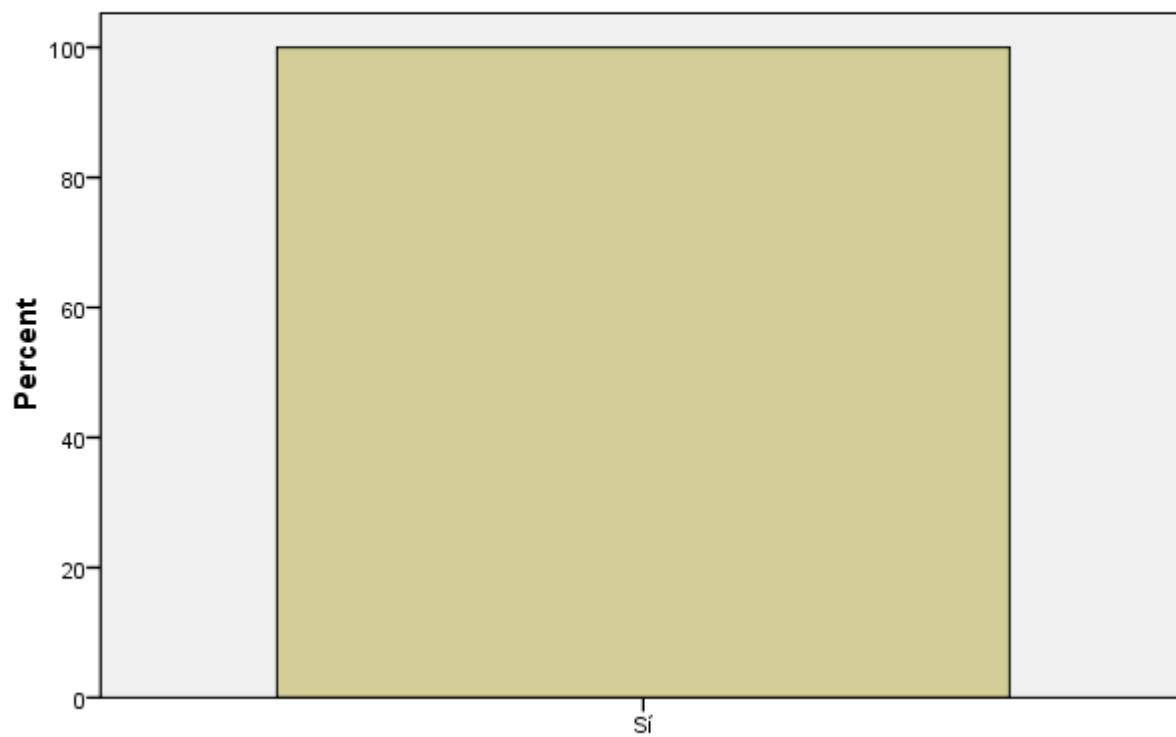
¿Conoces la revista digital BBC?



¿Conoces la revista digital BBC?

ANEXOS E

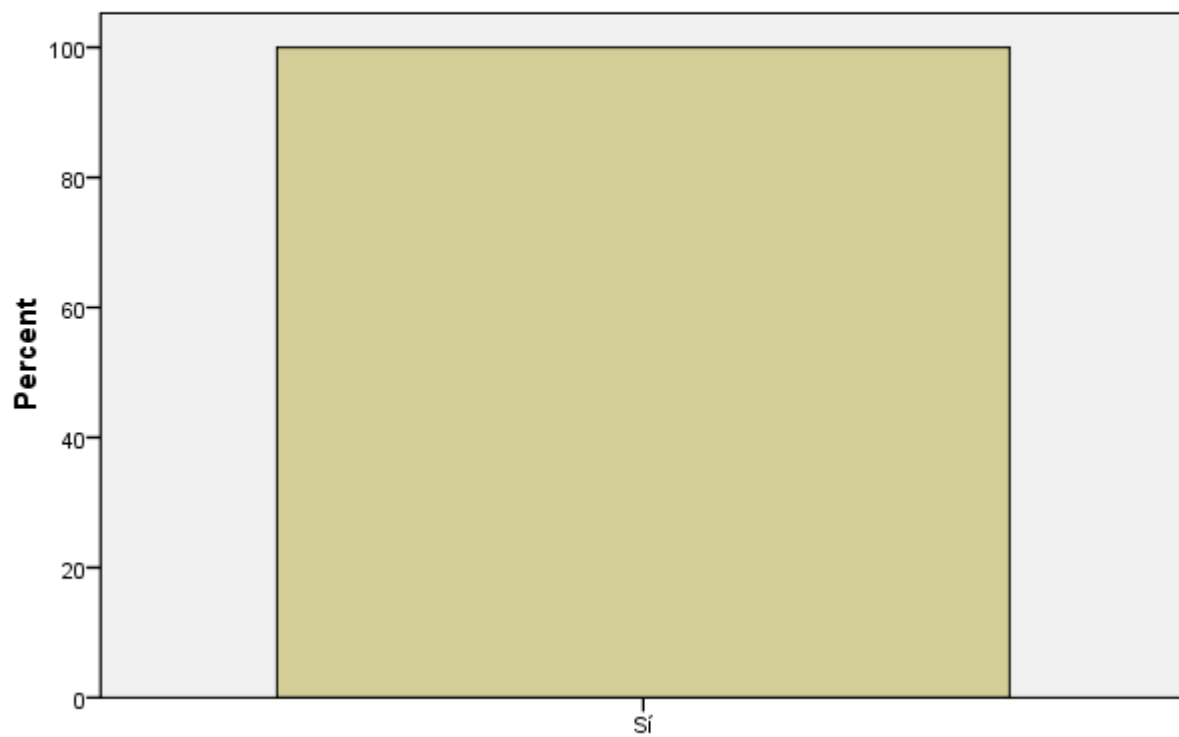
¿Conoces la revista digital Interamericana de Bibliotecología?



¿Conoces la revista digital Interamericana de Bibliotecología?

ANEXOS E

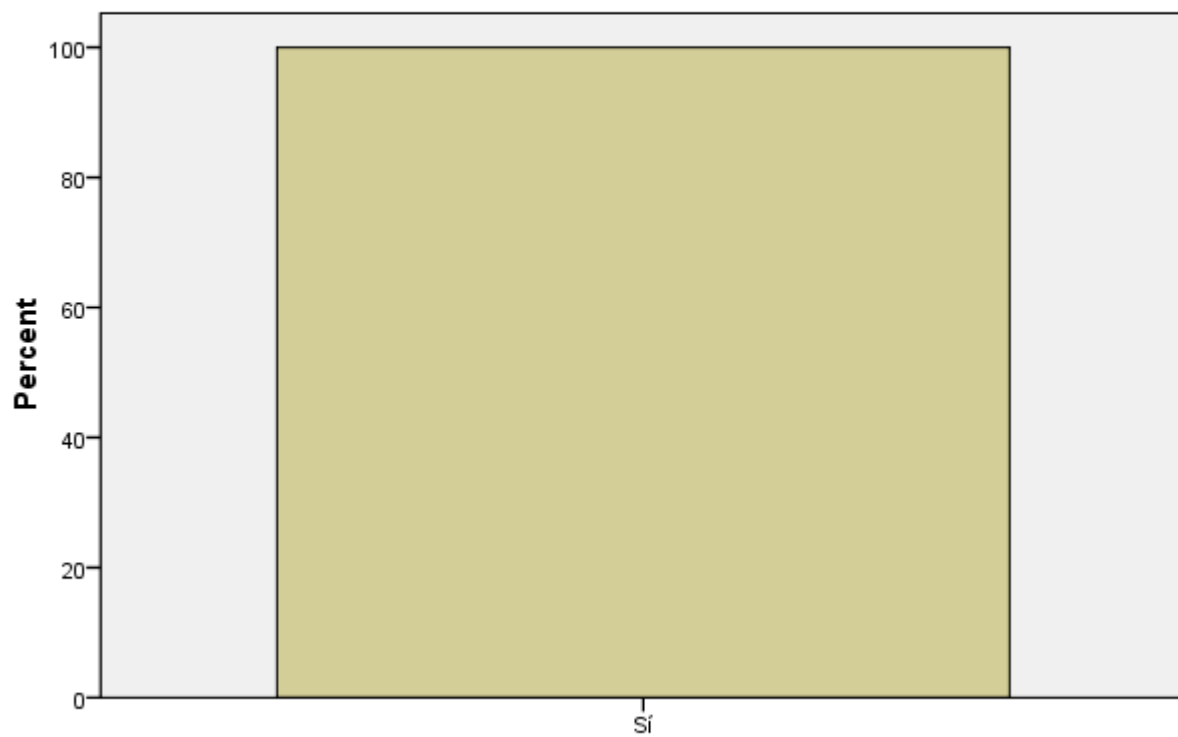
¿Conoces la revista digital Entre Rayas?



¿Conoces la revista digital Entre Rayas?

ANEXOS E

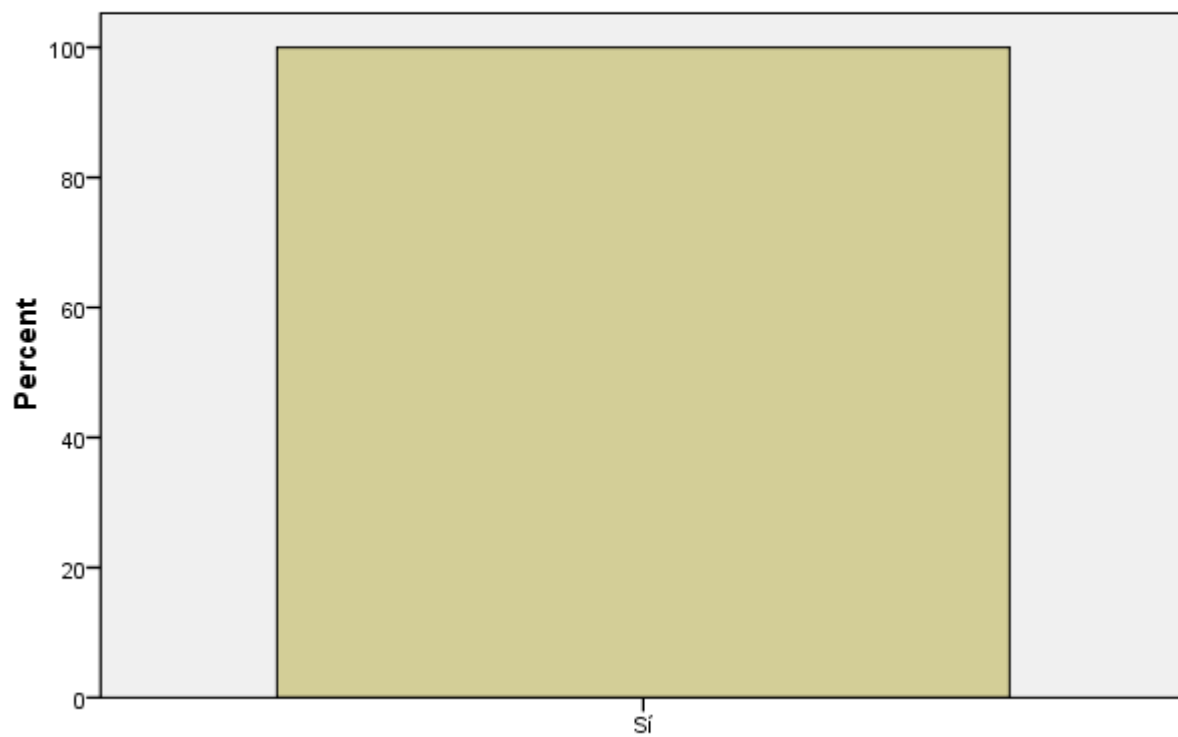
¿Conoces la revista digital Metapolítica?



¿Conoces la revista digital Metapolítica?

ANEXOS E

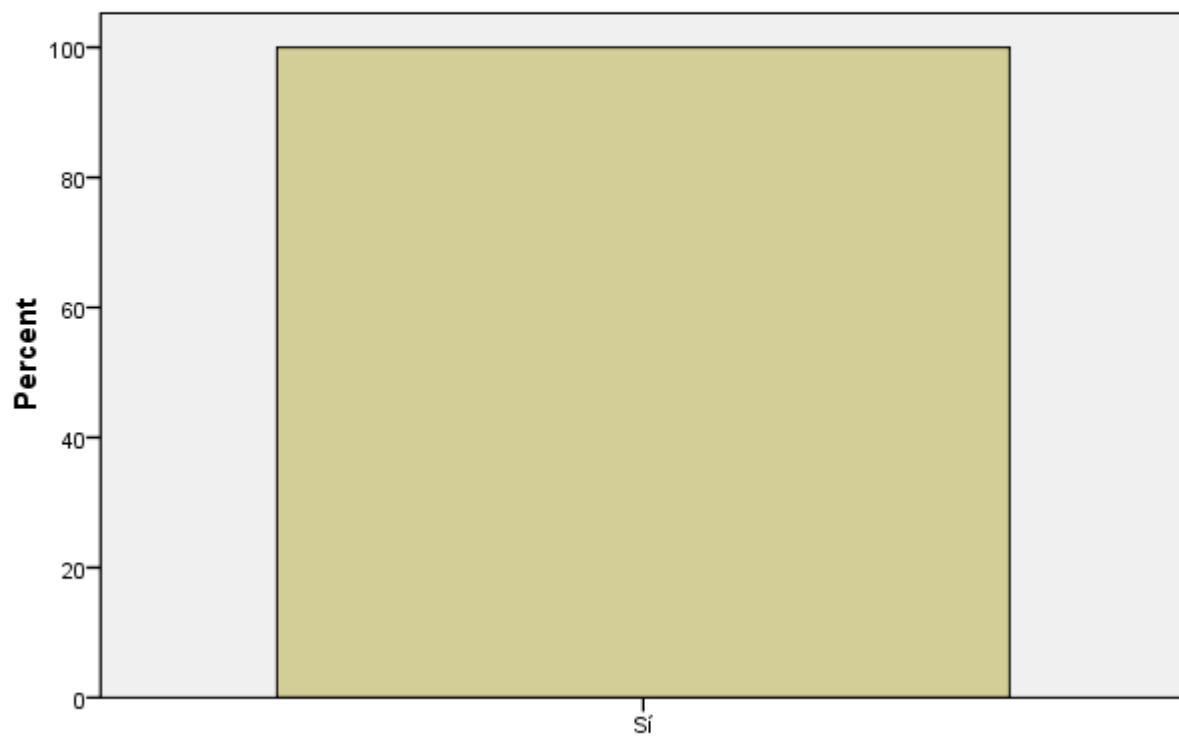
¿Conoces la revista digital Ecoinvest?



¿Conoces la revista digital Ecoinvest?

ANEXOS E

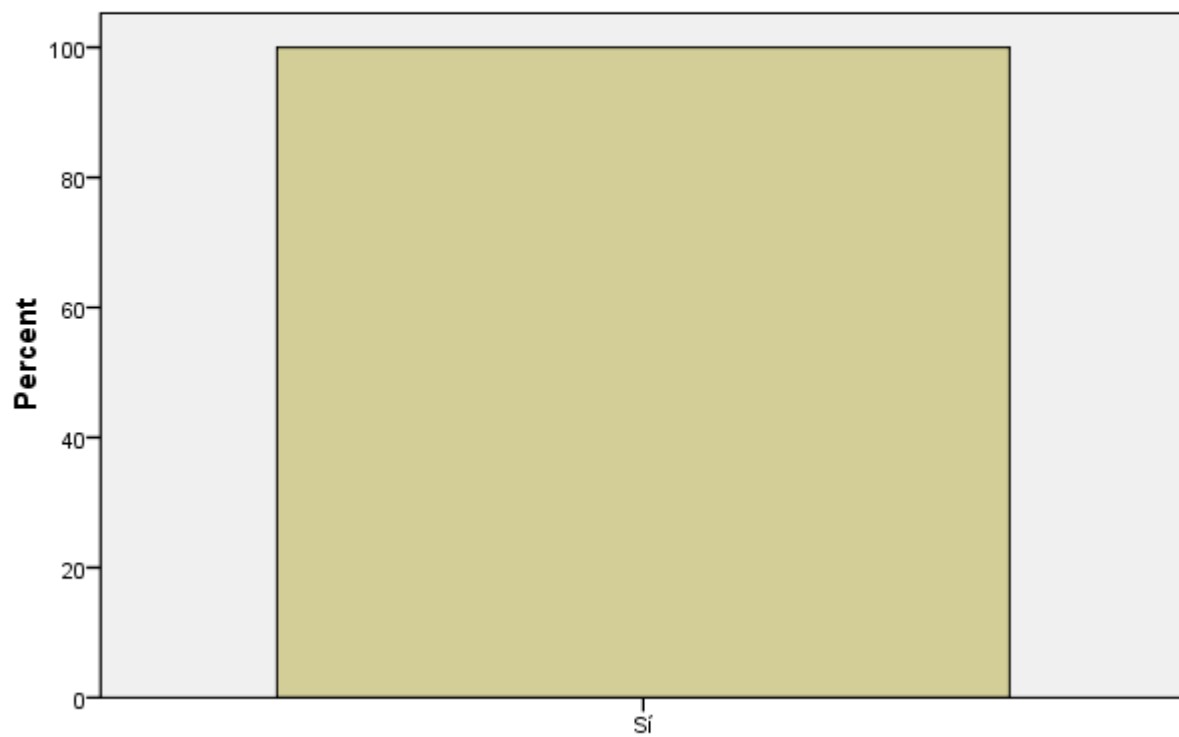
¿Conoces la revista digital Glamour?



¿Conoces la revista digital Glamour?

ANEXOS E

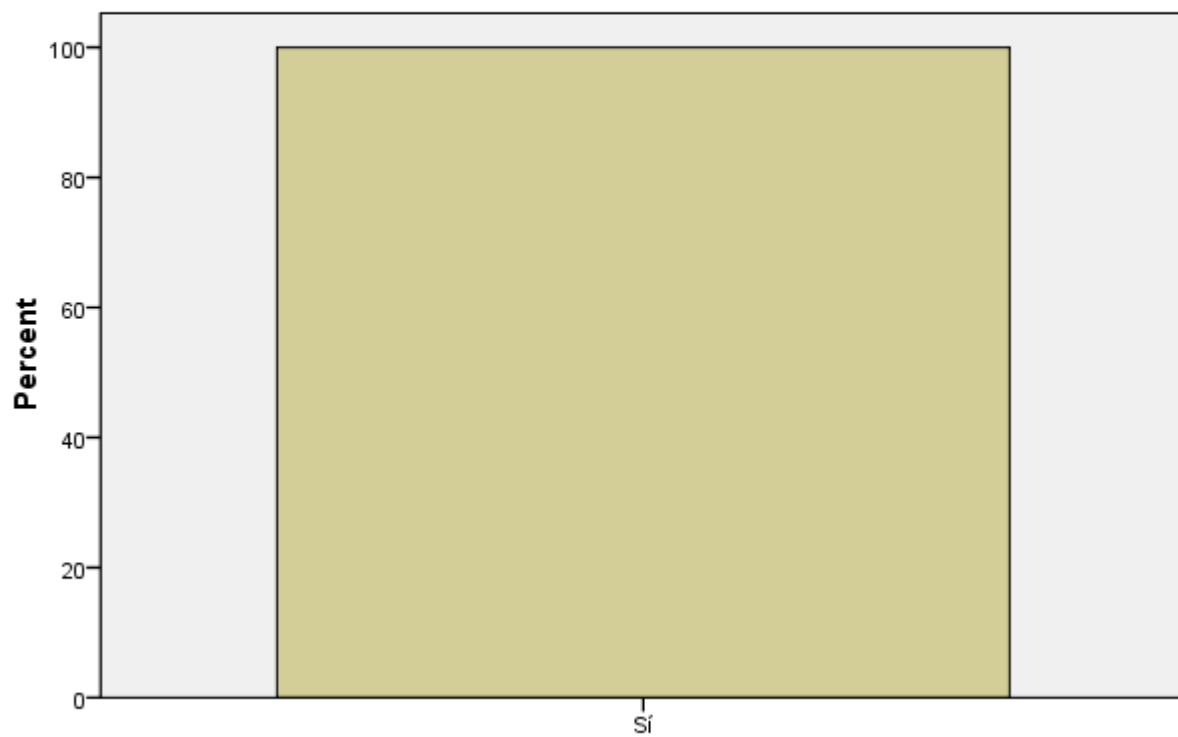
¿Conoces la revista digital PC World?



¿Conoces la revista digital PC World?

ANEXOS E

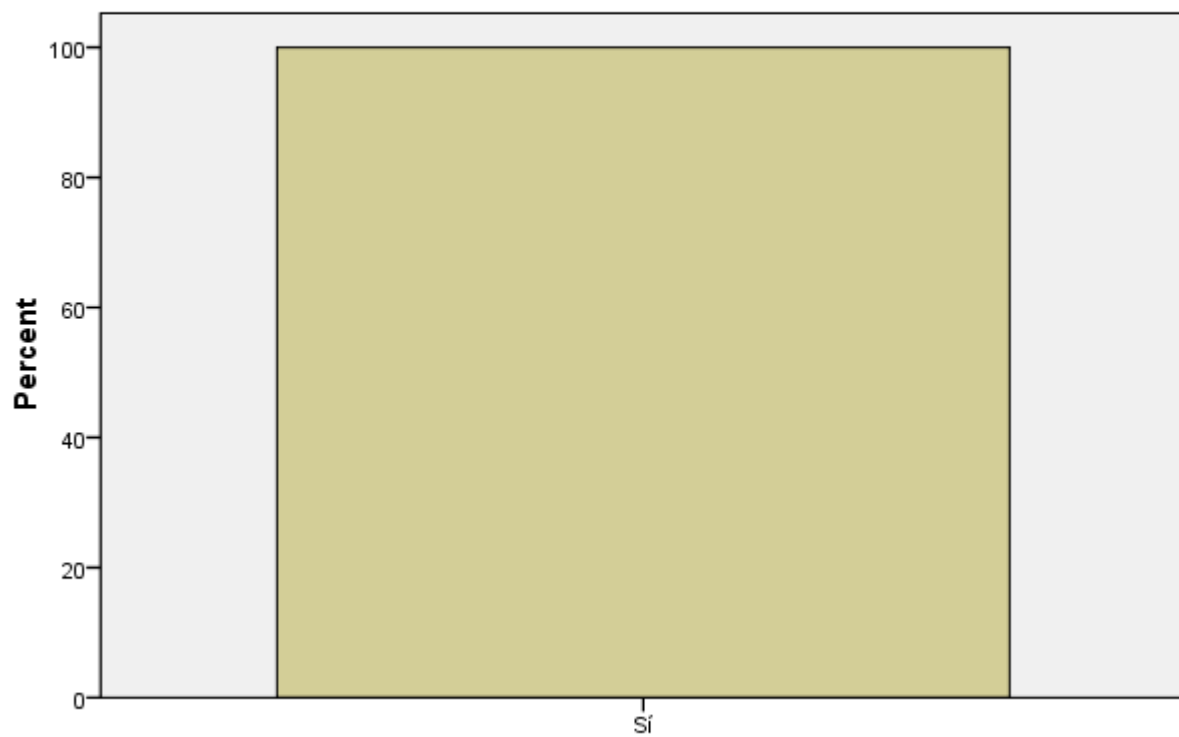
¿Conoces la revista digital PC Magazine?



¿Conoces la revista digital PC Magazine?

ANEXOS E

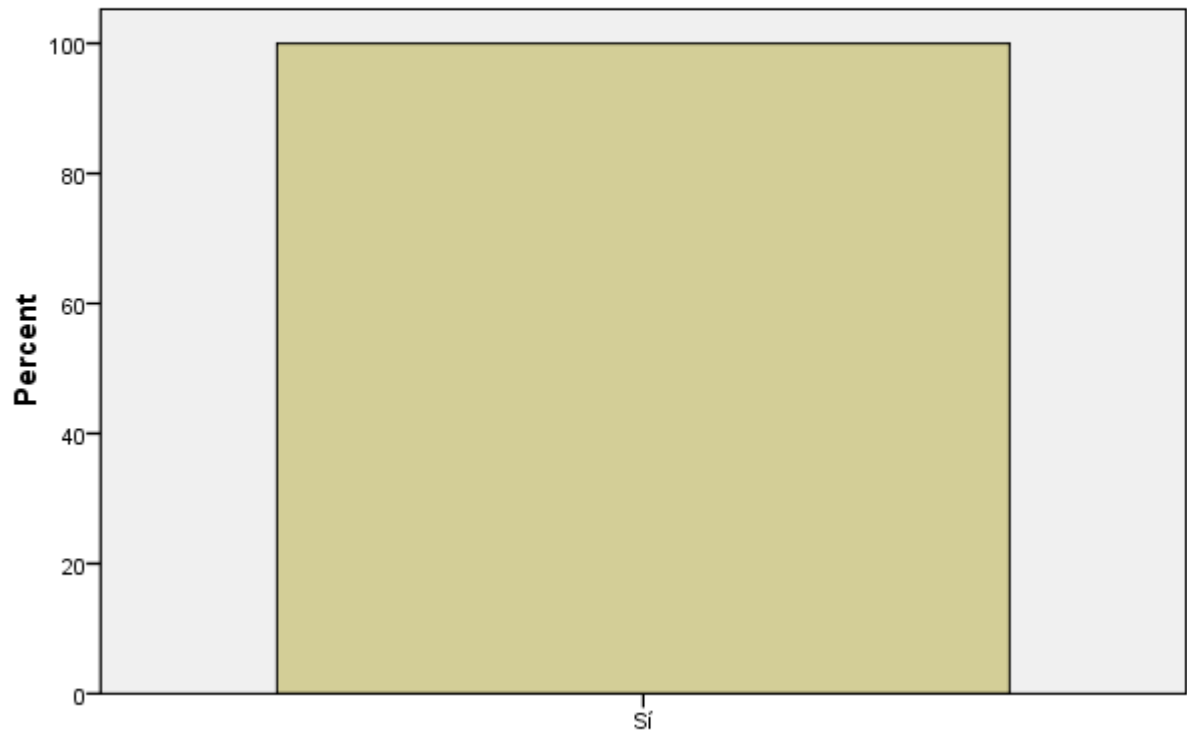
¿Conoces la revista digital Exceso?



¿Conoces la revista digital Exceso?

ANEXOS E

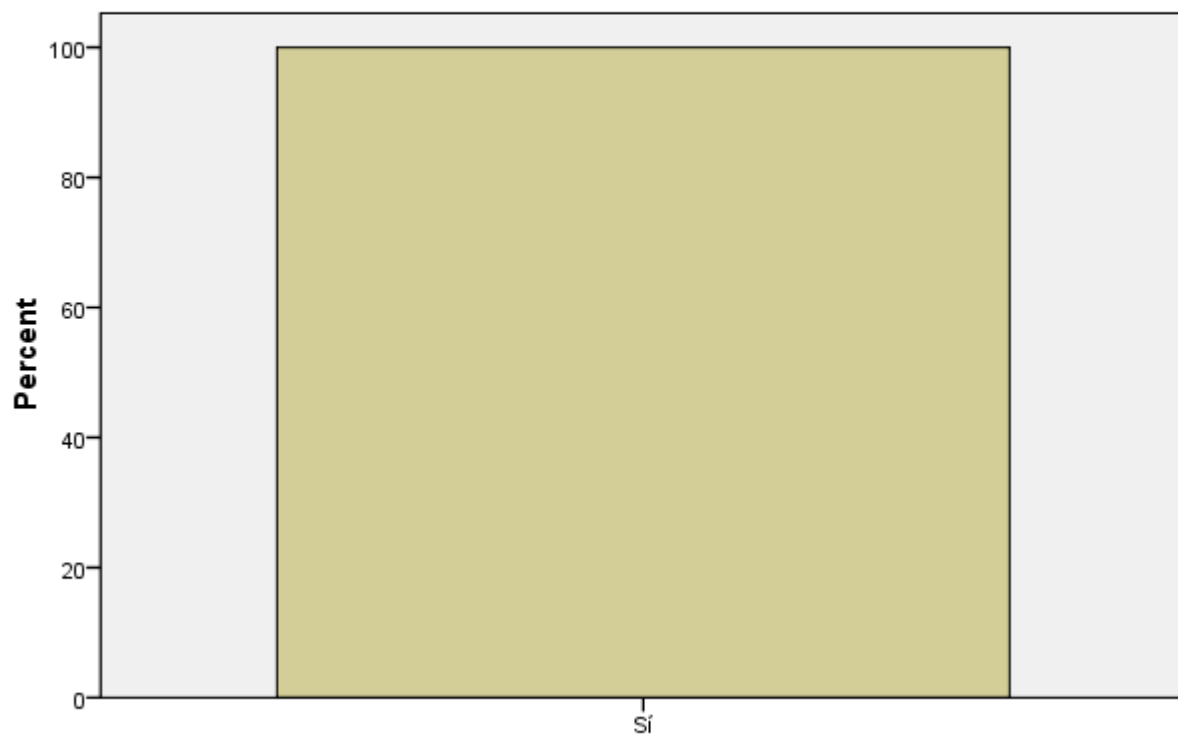
¿Conoces la revista digital Mecánica Popular?



¿Conoces la revista digital Mecánica Popular?

ANEXOS E

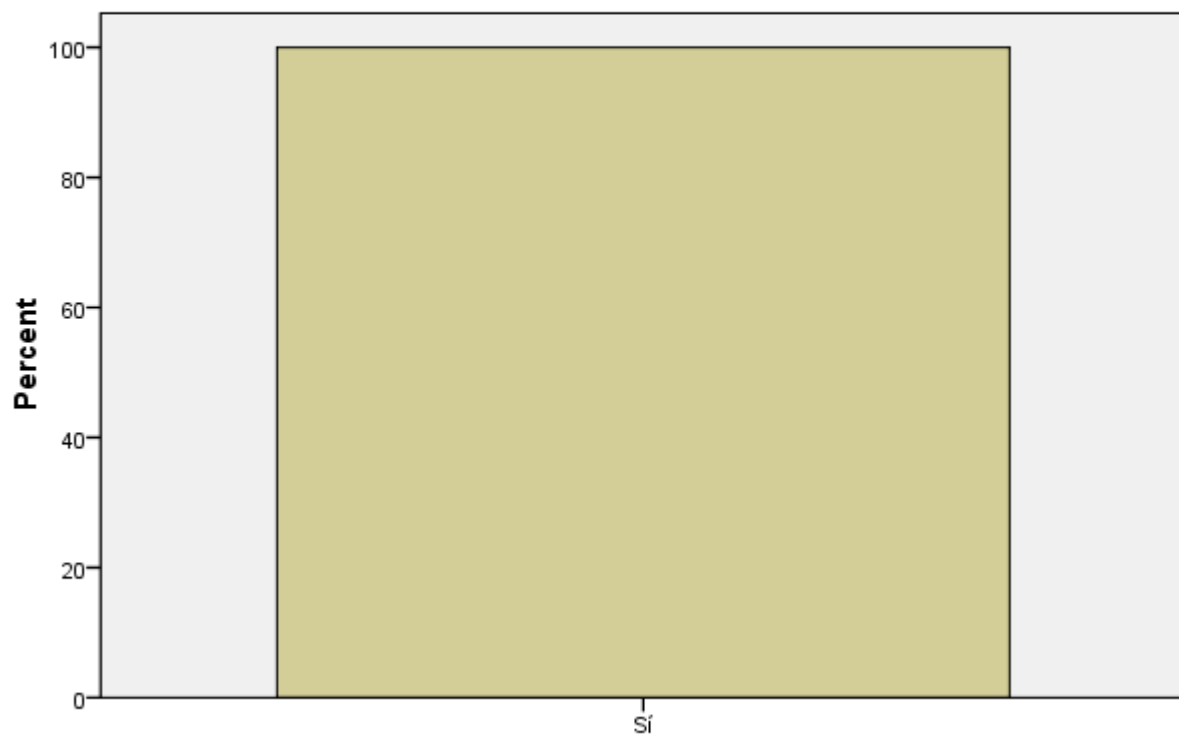
¿Conoces la revista digital Sport Life?



¿Conoces la revista digital Sport Life?

ANEXOS E

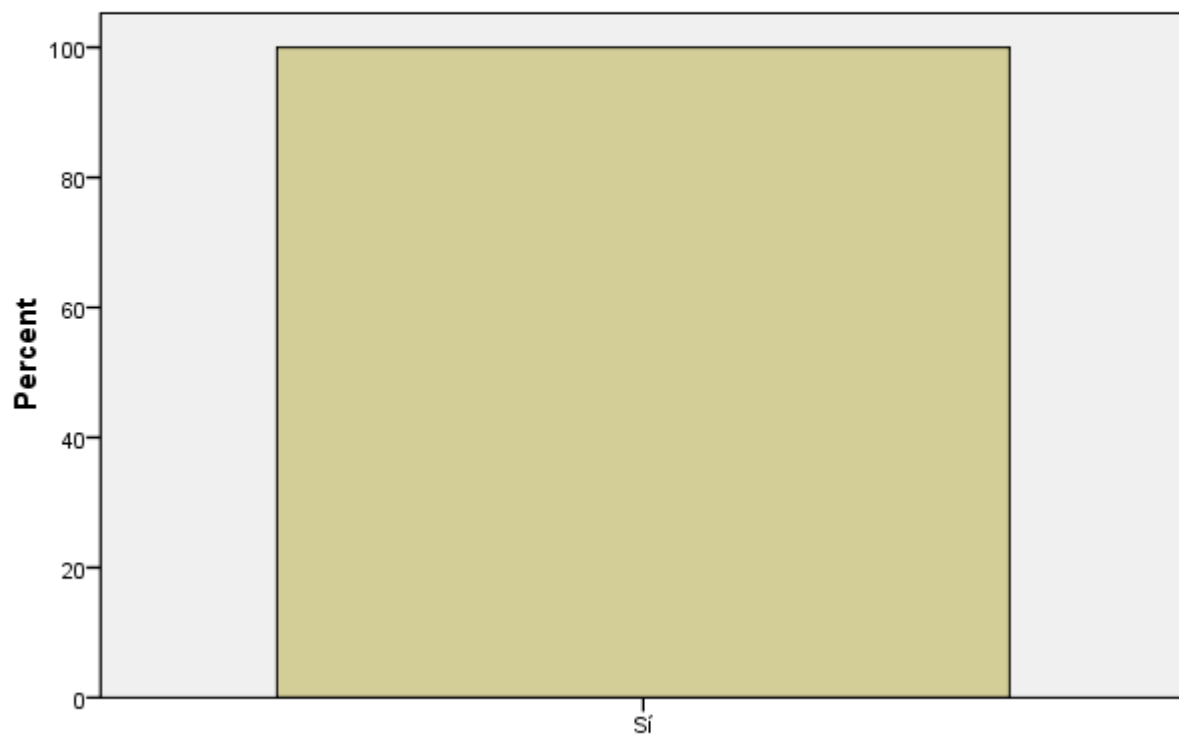
¿Conoces la revista digital Hola?



¿Conoces la revista digital Hola?

ANEXOS E

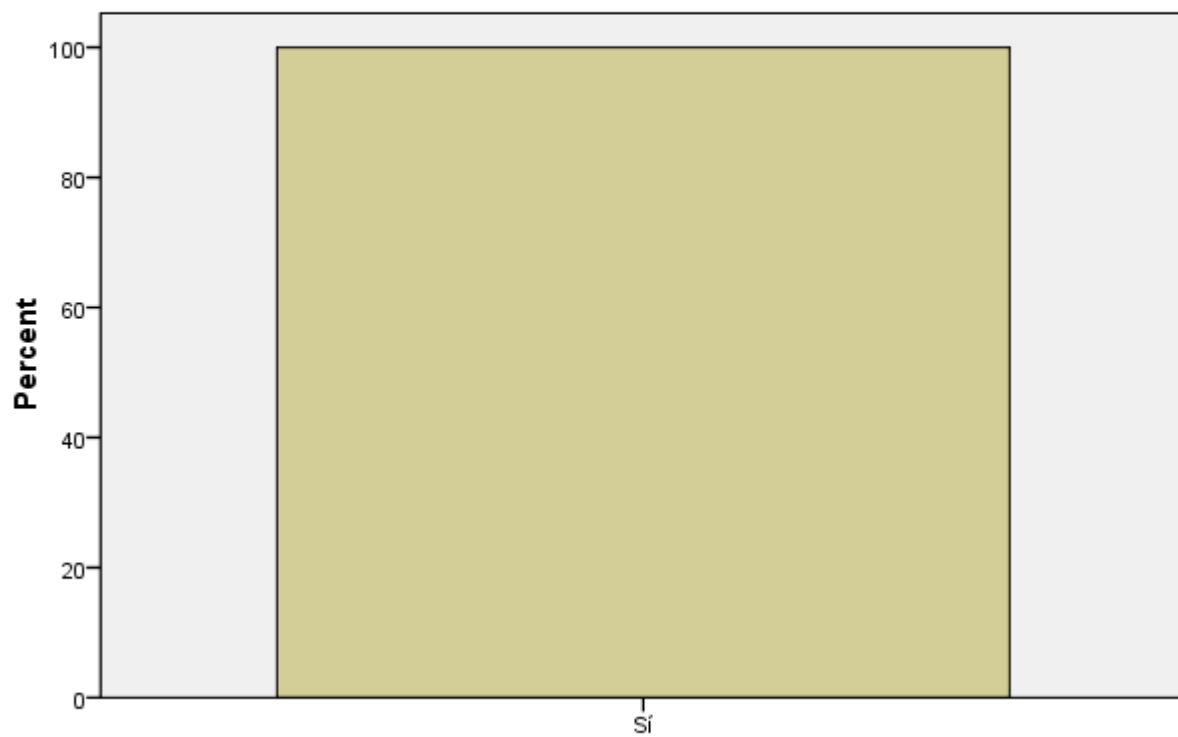
¿Conoces la revista digital Geociencias?



¿Conoces la revista digital Geociencias?

ANEXOS E

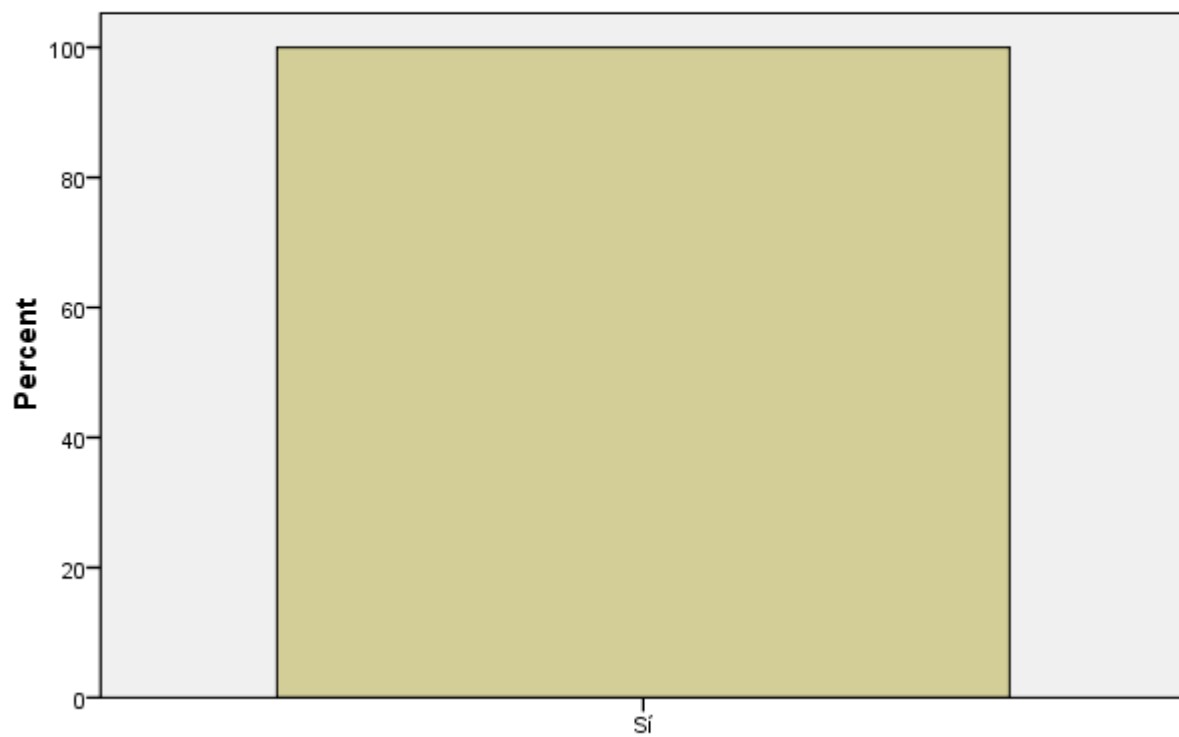
¿Conoces la revista digital Estampas?



¿Conoces la revista digital Estampas?

ANEXOS E

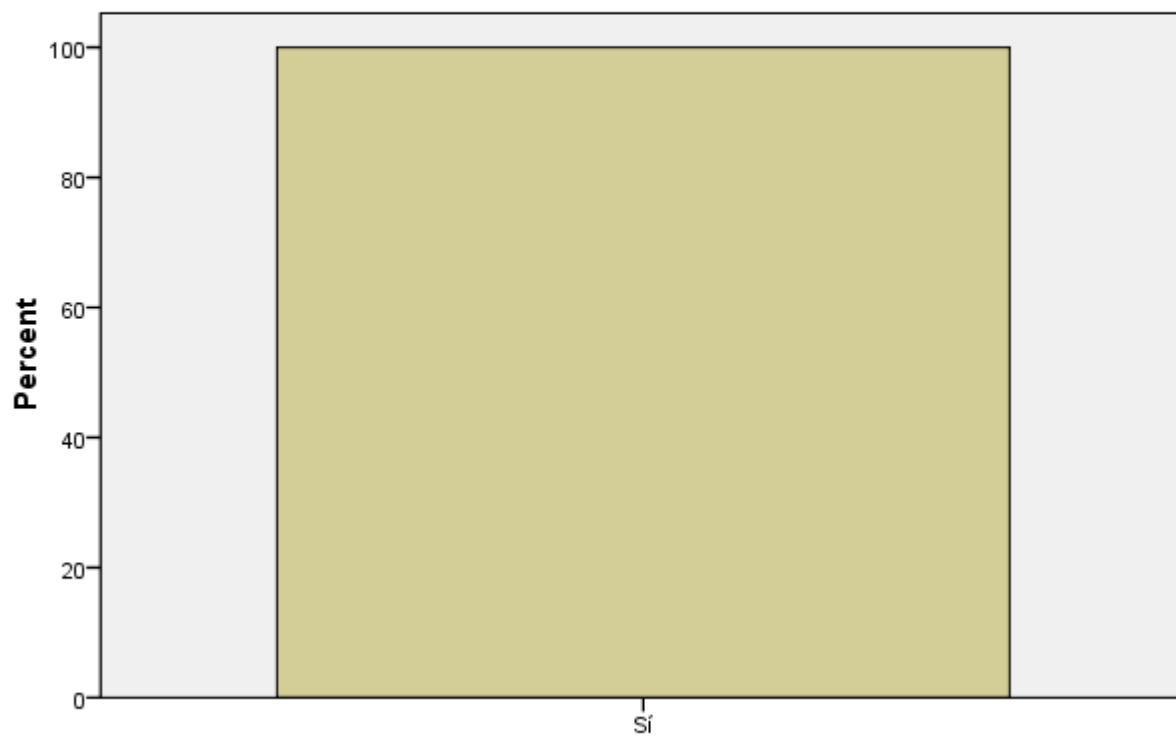
¿Conoces la revista digital Psicología Científica?



¿Conoces la revista digital Psicología Científica?

ANEXOS E

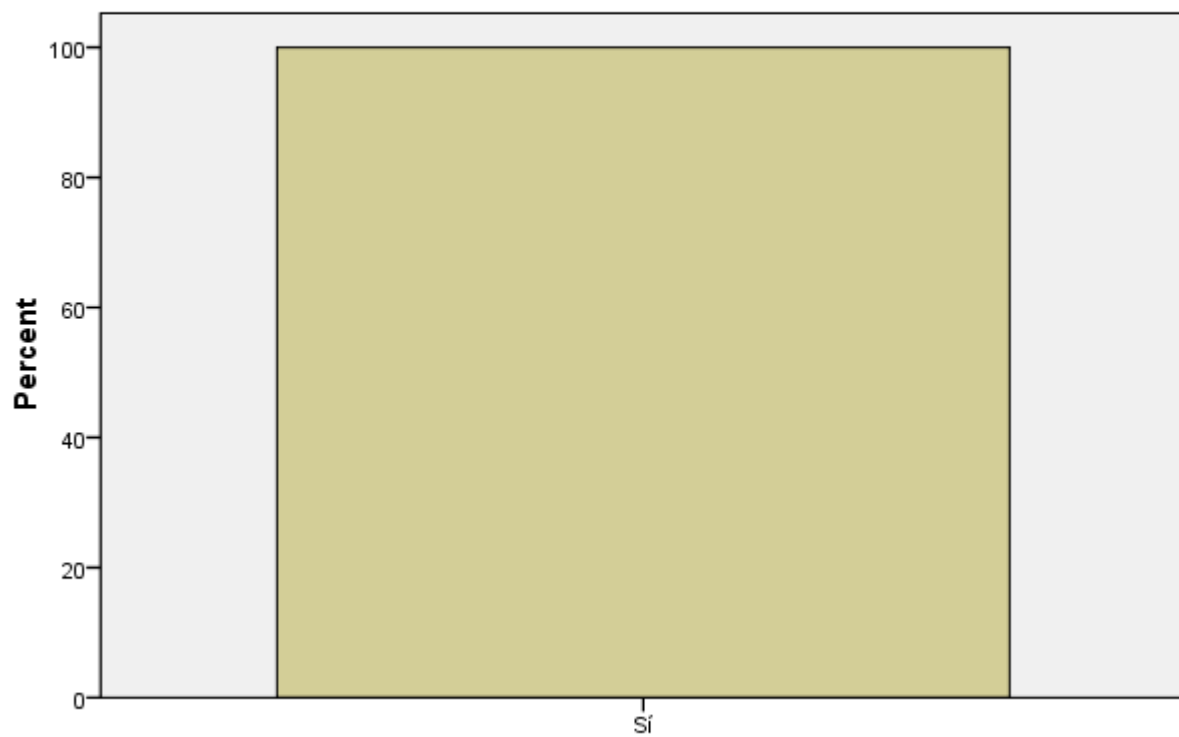
¿Conoces la revista digital Psicología on Line?



¿Conoces la revista digital Psicología on Line?

ANEXOS E

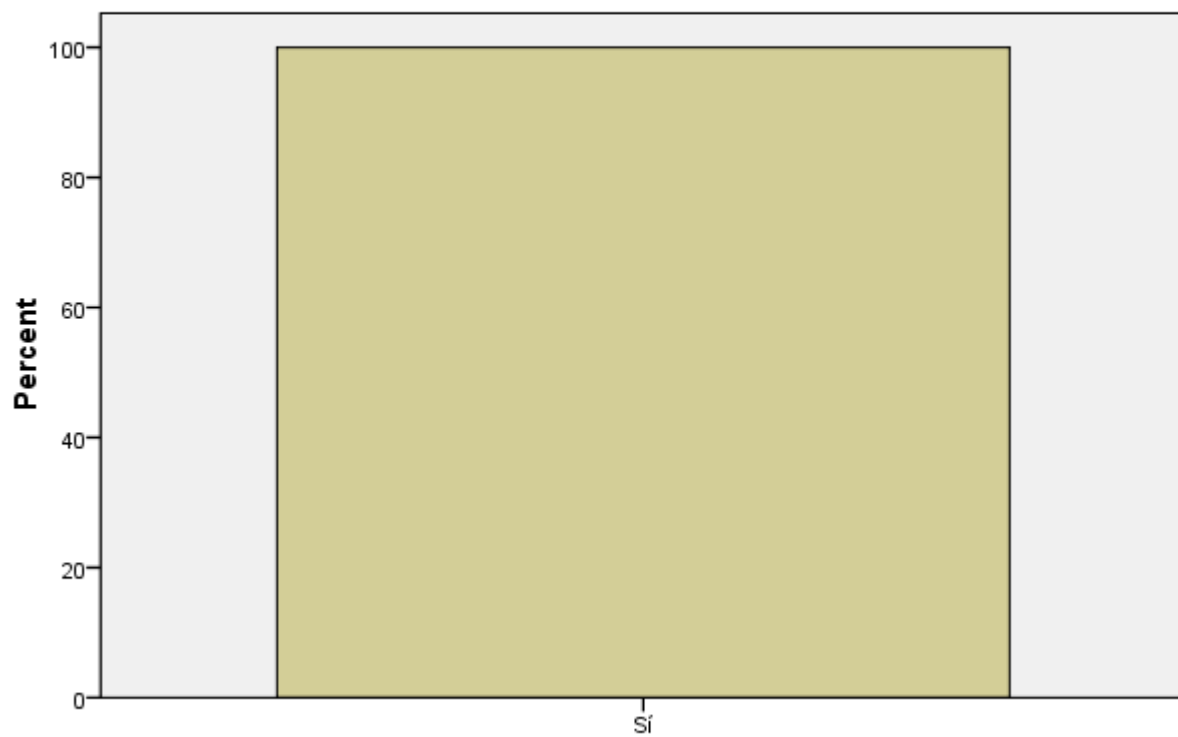
¿Conoces la revista digital El Salmón?



¿Conoces la revista digital El Salmón?

ANEXOS E

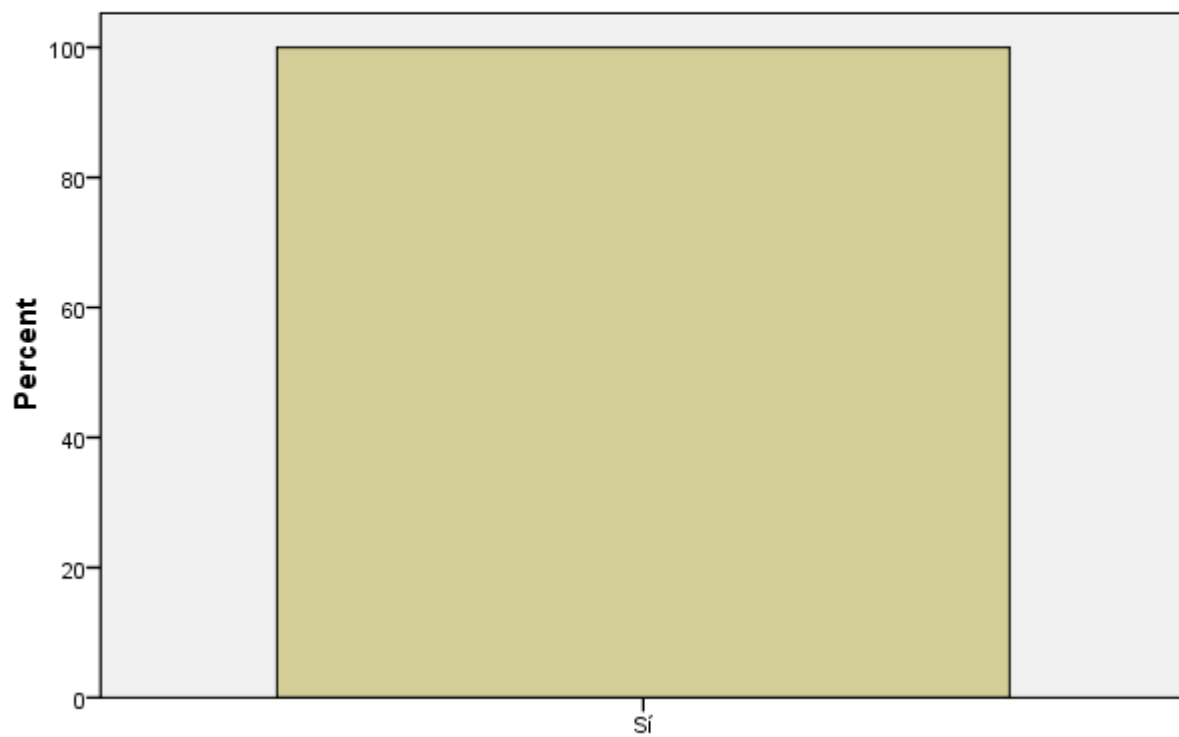
¿Conoces la revista digital Orbis?



¿Conoces la revista digital Orbis?

ANEXOS E

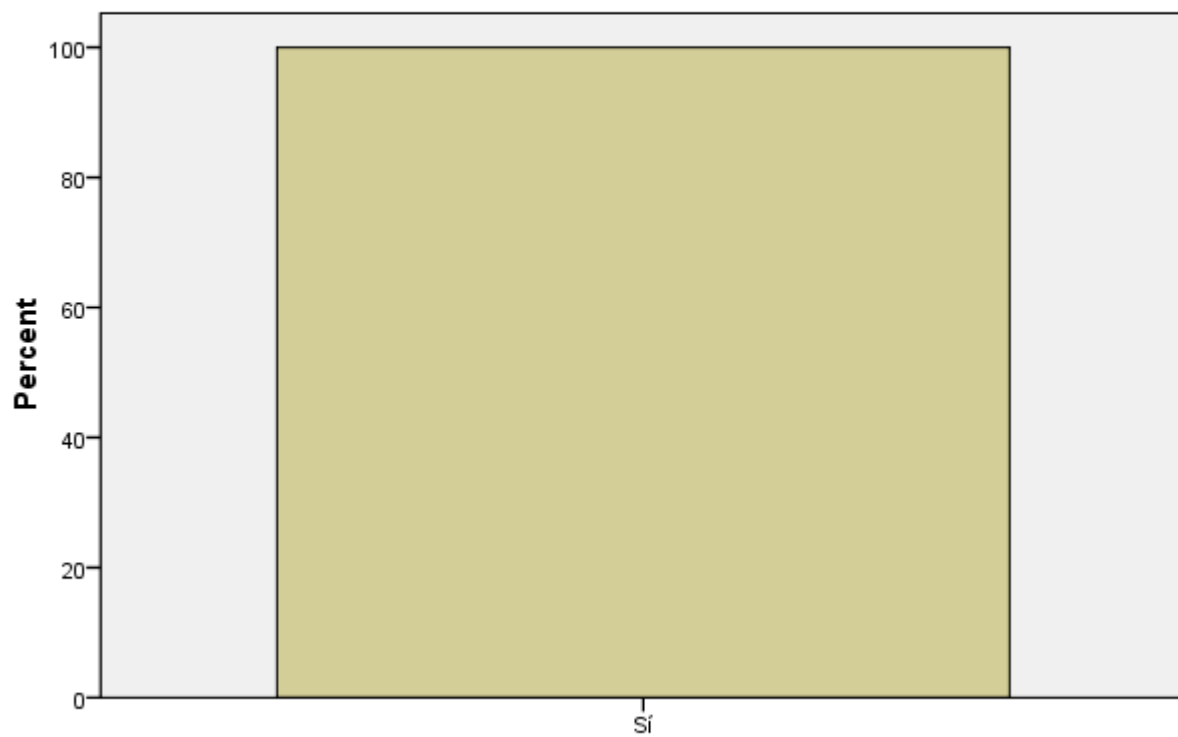
¿Conoces la revista digital Negotium?



¿Conoces la revista digital Negotium?

ANEXOS E

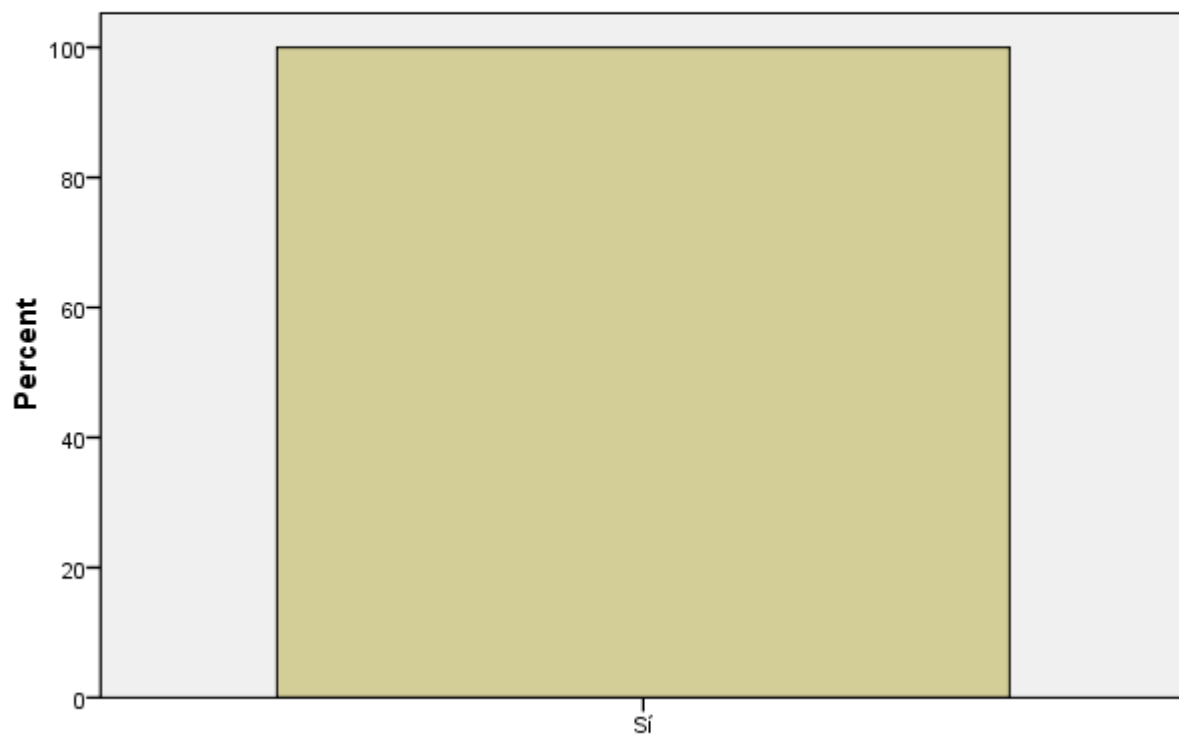
¿Conoces la revista digital Guayoyo en Letras?



¿Conoces la revista digital Guayoyo en Letras?

ANEXOS E

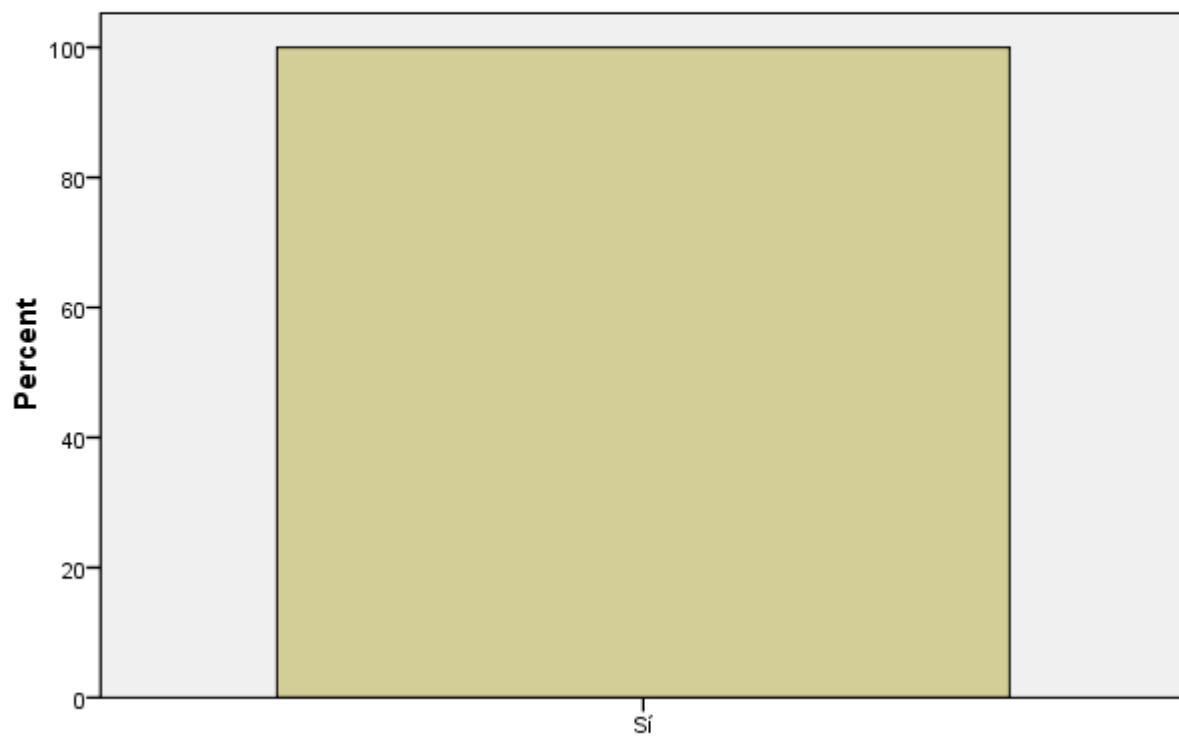
¿Conoces la revista digital Factum?



¿Conoces la revista digital Factum?

ANEXOS E

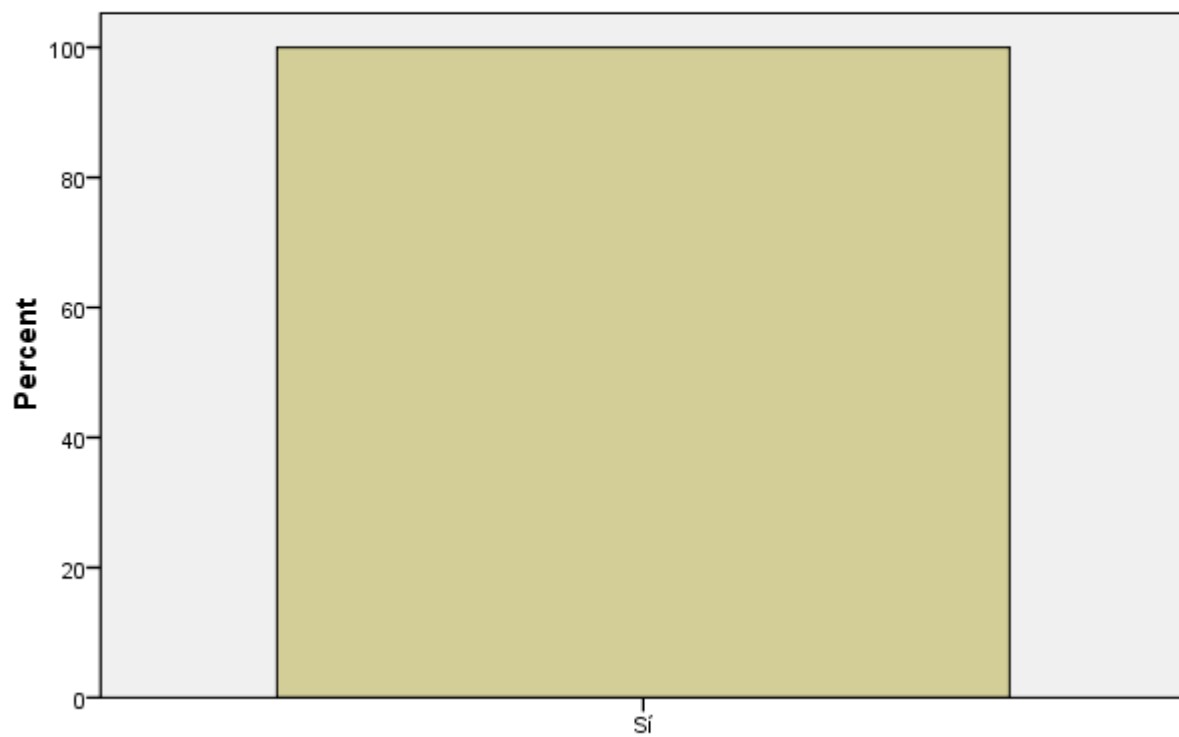
¿Conoces la revista digital Vanity Fair?



¿Conoces la revista digital Vanity Fair?

ANEXOS E

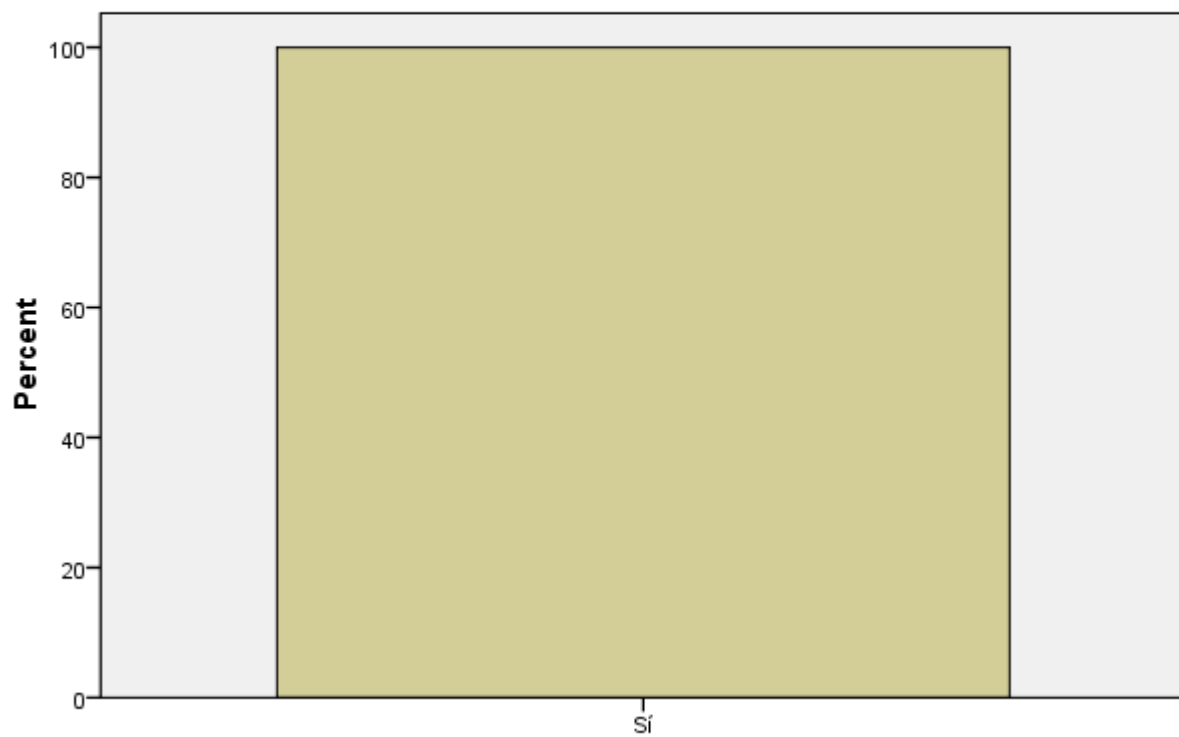
¿Conoces la revista digital Photomagazine?



¿Conoces la revista digital Photomagazine?

ANEXOS E

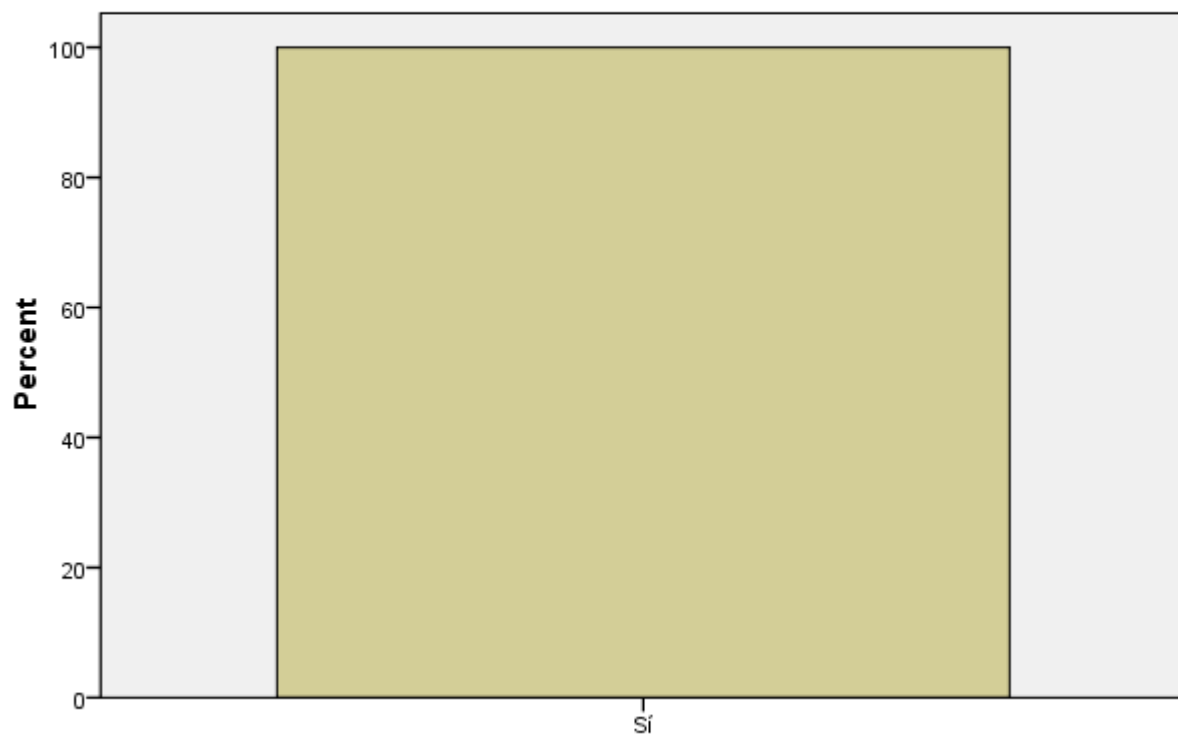
¿Conoces la revista digital Muheve?



¿Conoces la revista digital Muheve?

ANEXOS E

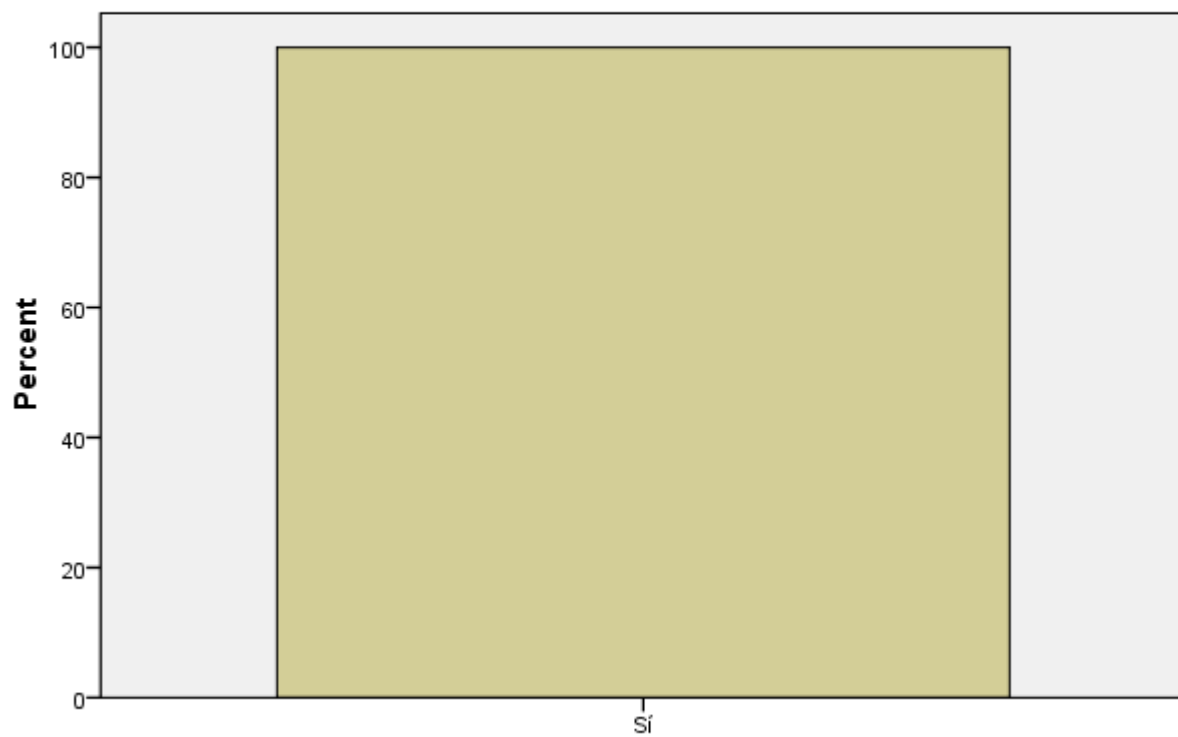
¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?



¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?

ANEXOS E

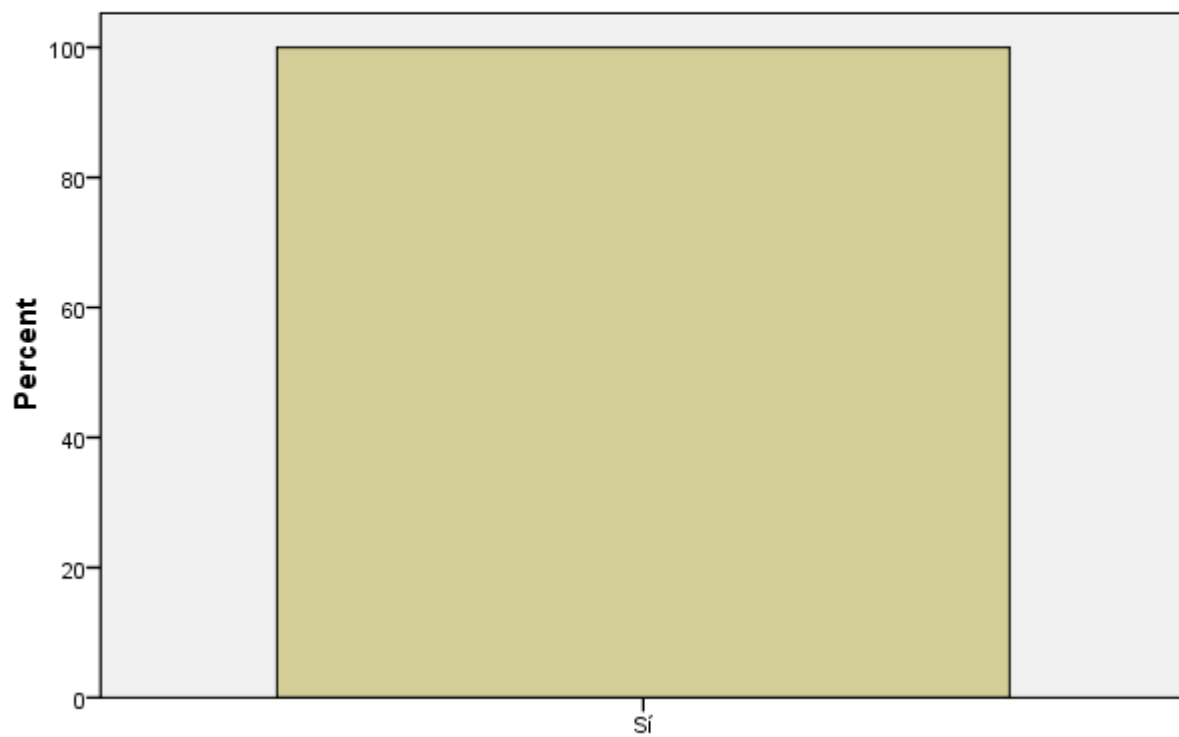
¿Conoces la revista digital Pijama Surf?



¿Conoces la revista digital Pijama Surf?

ANEXOS E

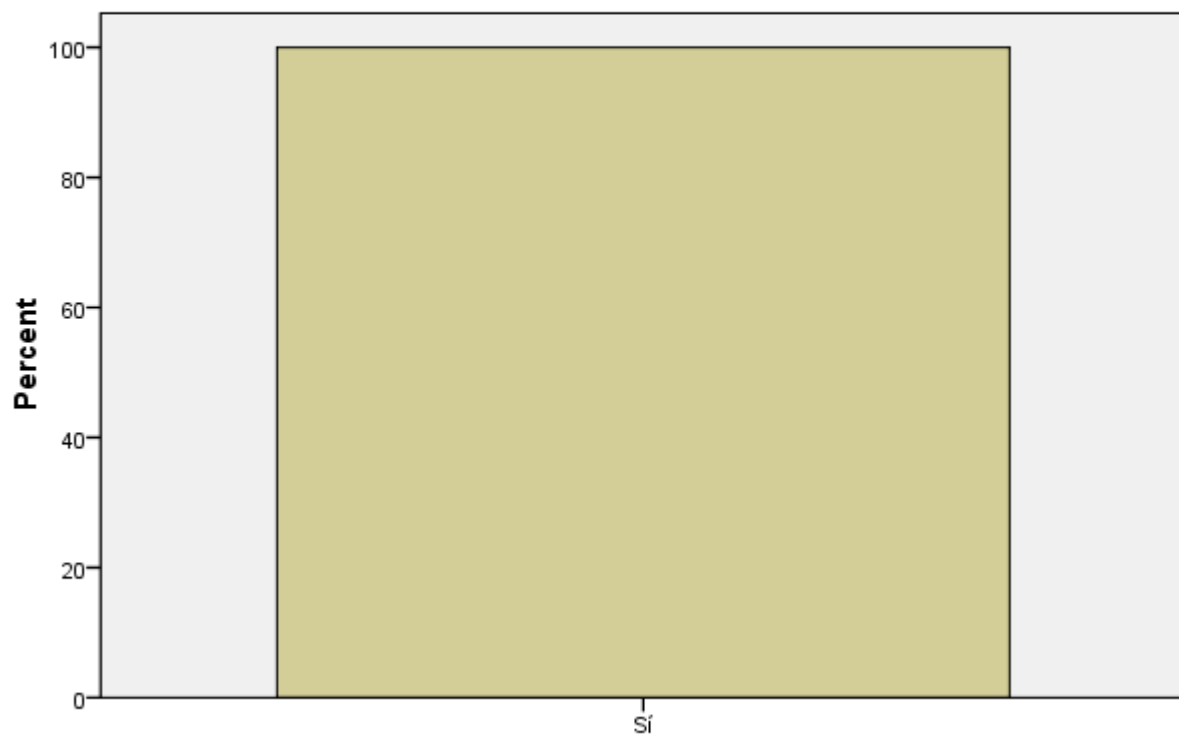
¿Conoces la revista digital Letralia?



¿Conoces la revista digital Letralia?

ANEXOS E

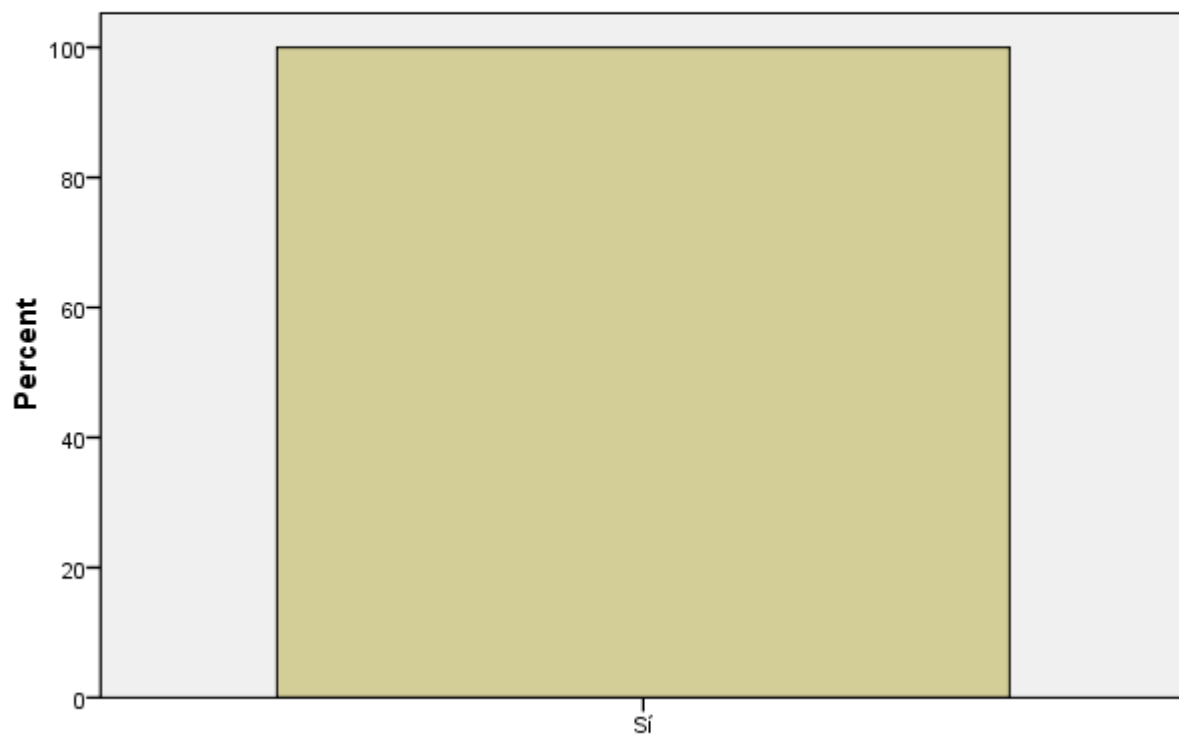
¿Conoces la revista digital Dialnet?



¿Conoces la revista digital Dialnet?

ANEXOS E

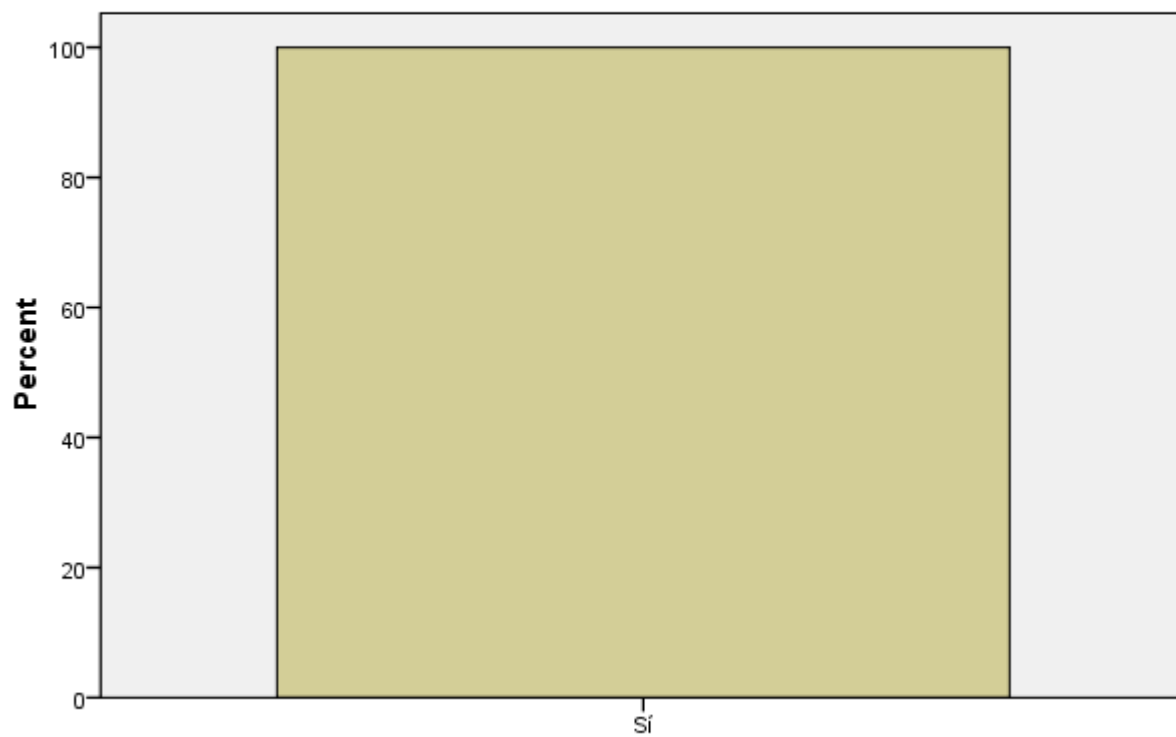
¿Conoces la revista digital Plátano Verde?



¿Conoces la revista digital Plátano Verde?

ANEXOS E

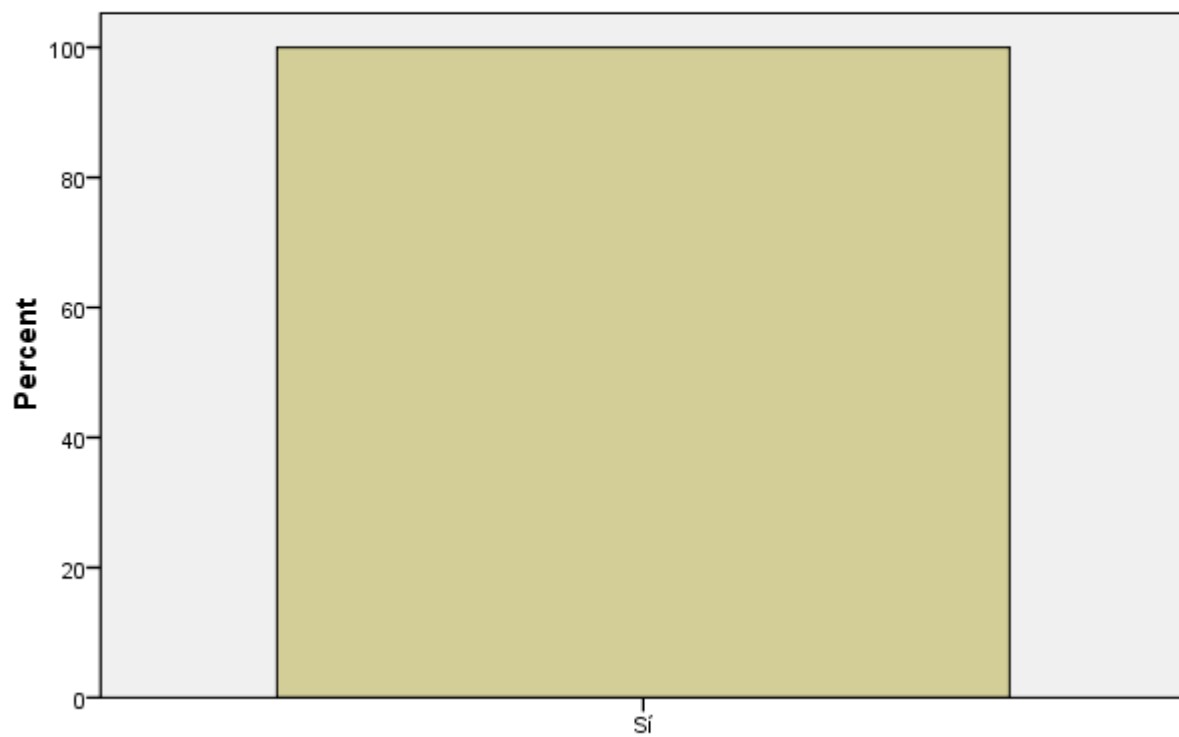
¿Conoces la revista digital Comunicación?



¿Conoces la revista digital Comunicación?

ANEXOS E

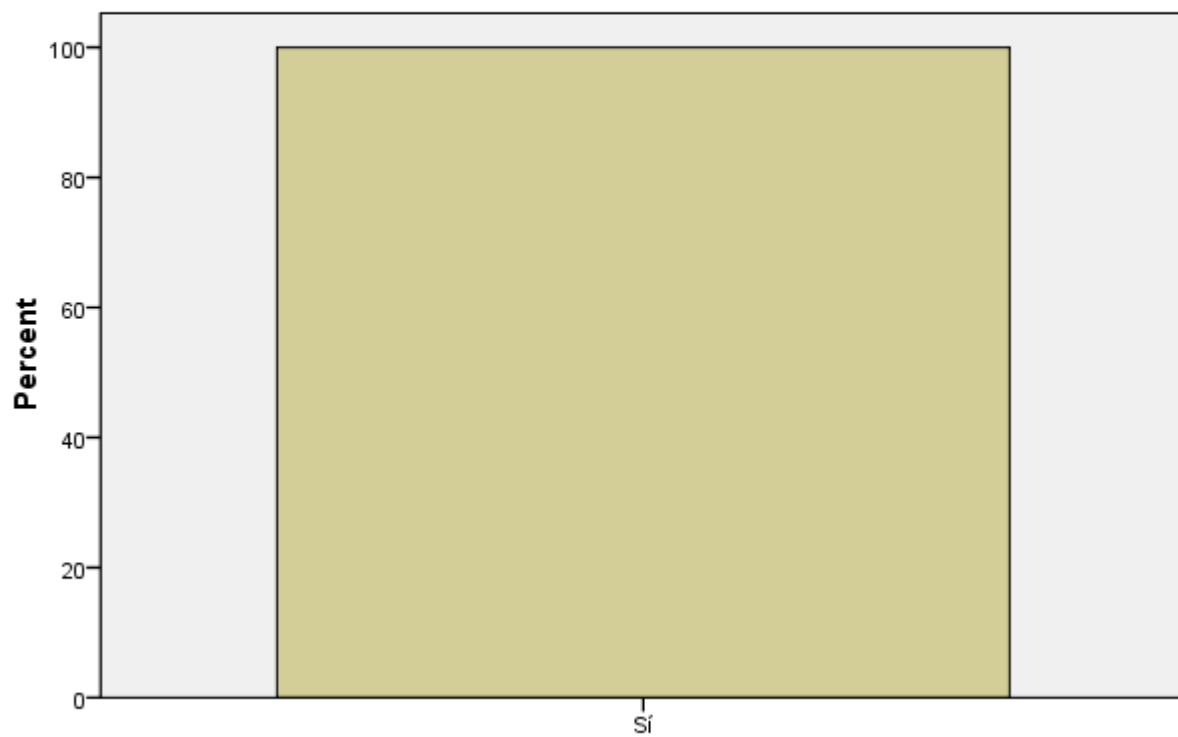
¿Conoces la revista digital The Daily?



¿Conoces la revista digital The Daily?

ANEXOS E

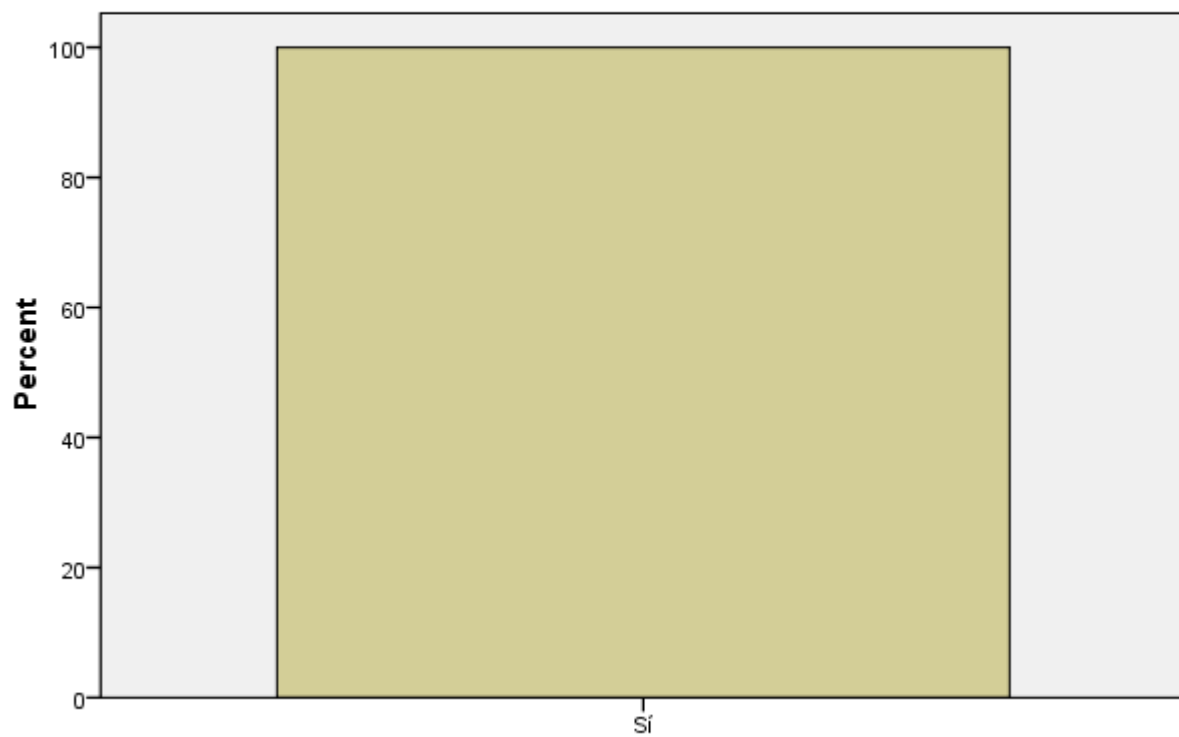
¿Conoces la revista digital Economist?



¿Conoces la revista digital Economist?

ANEXOS E

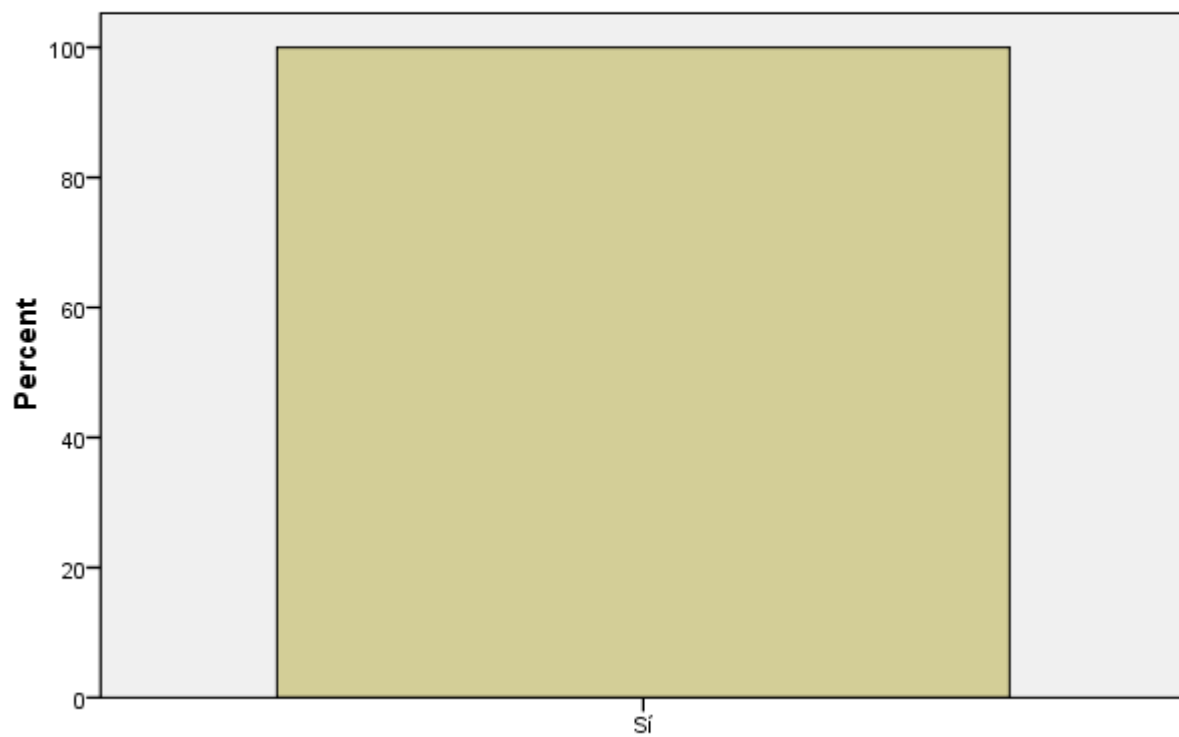
¿Conoces la revista digital Time?



¿Conoces la revista digital Time?

ANEXOS E

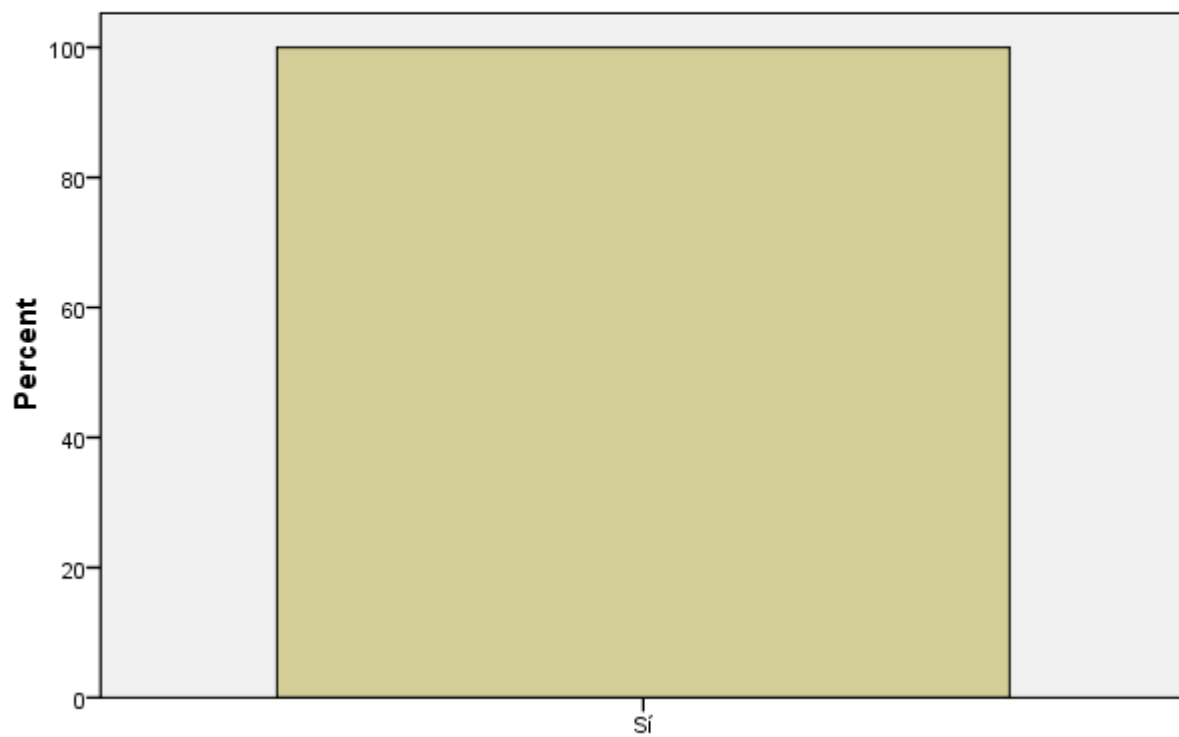
¿Conoces la revista digital Razor.Monkey?



¿Conoces la revista digital Razor.Monkey?

ANEXOS E

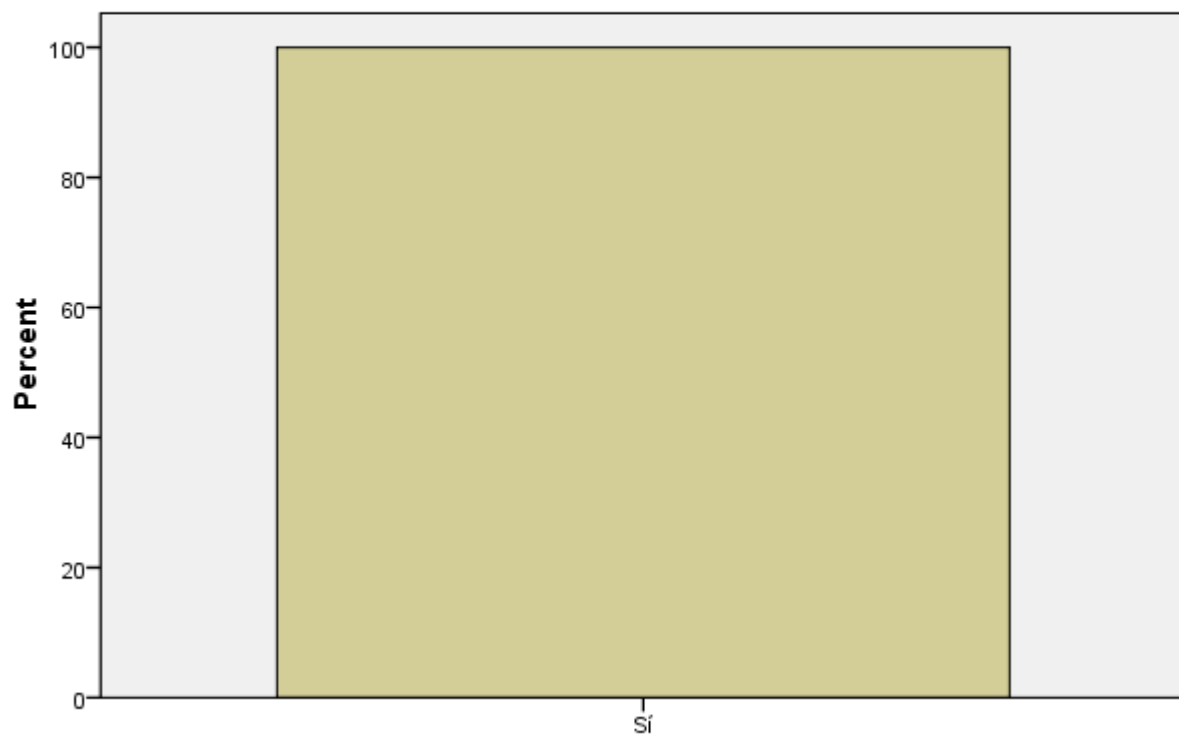
¿Conoces la revista digital Vida Extrema?



¿Conoces la revista digital Vida Extrema?

ANEXOS E

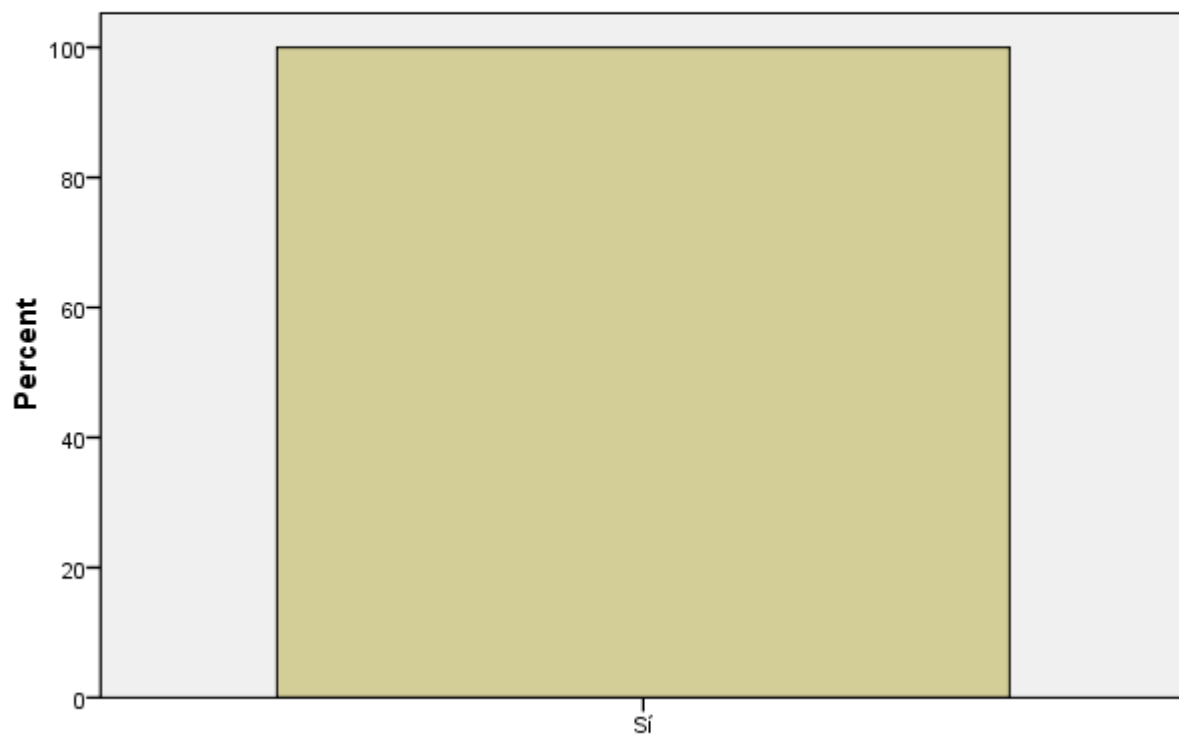
¿Conoces la revista digital Rolling Stone Magazine?



¿Conoces la revista digital Rolling Stone Magazine?

ANEXOS E

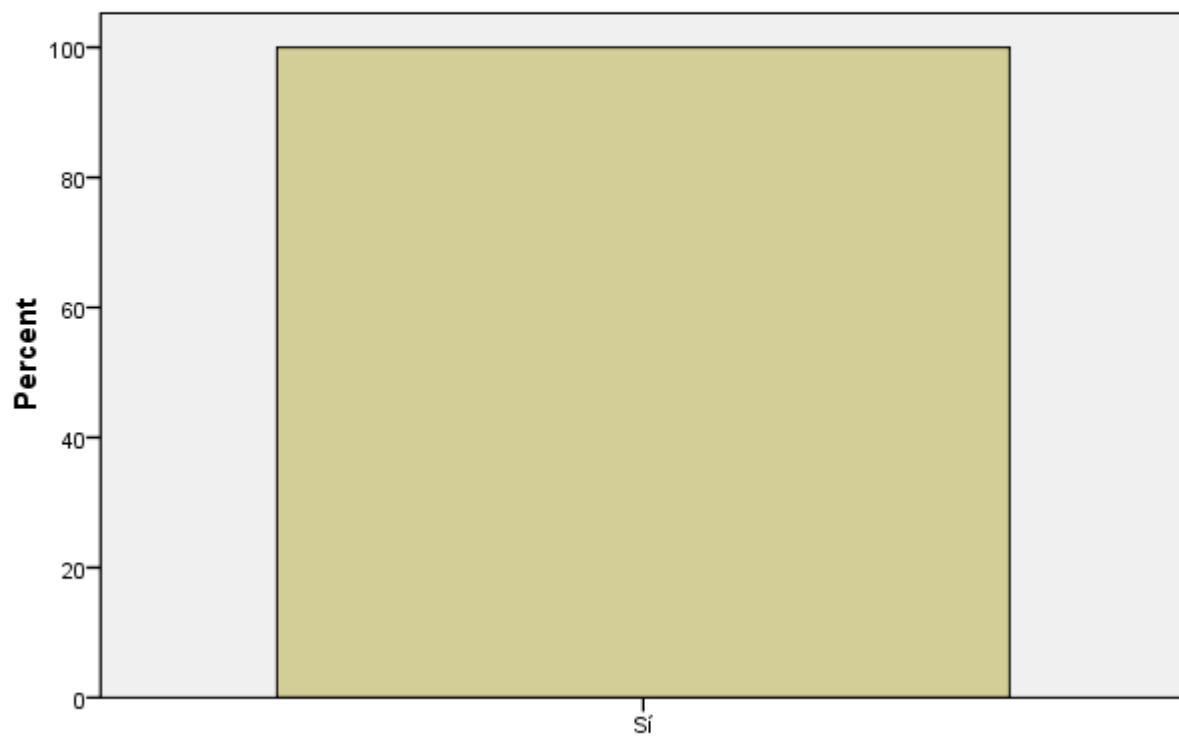
¿Conoces la revista digital Marca?



¿Conoces la revista digital Marca?

ANEXOS E

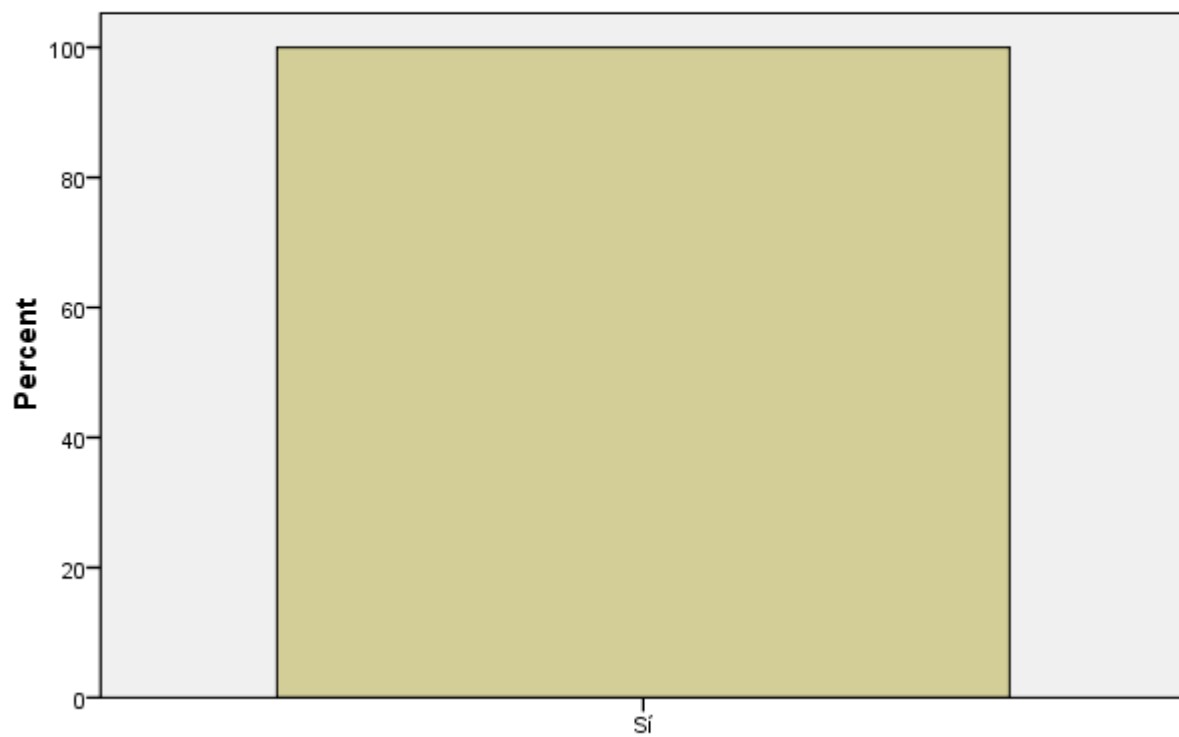
¿Conoces la revista digital 7 Capas?



¿Conoces la revista digital 7 Capas?

ANEXOS E

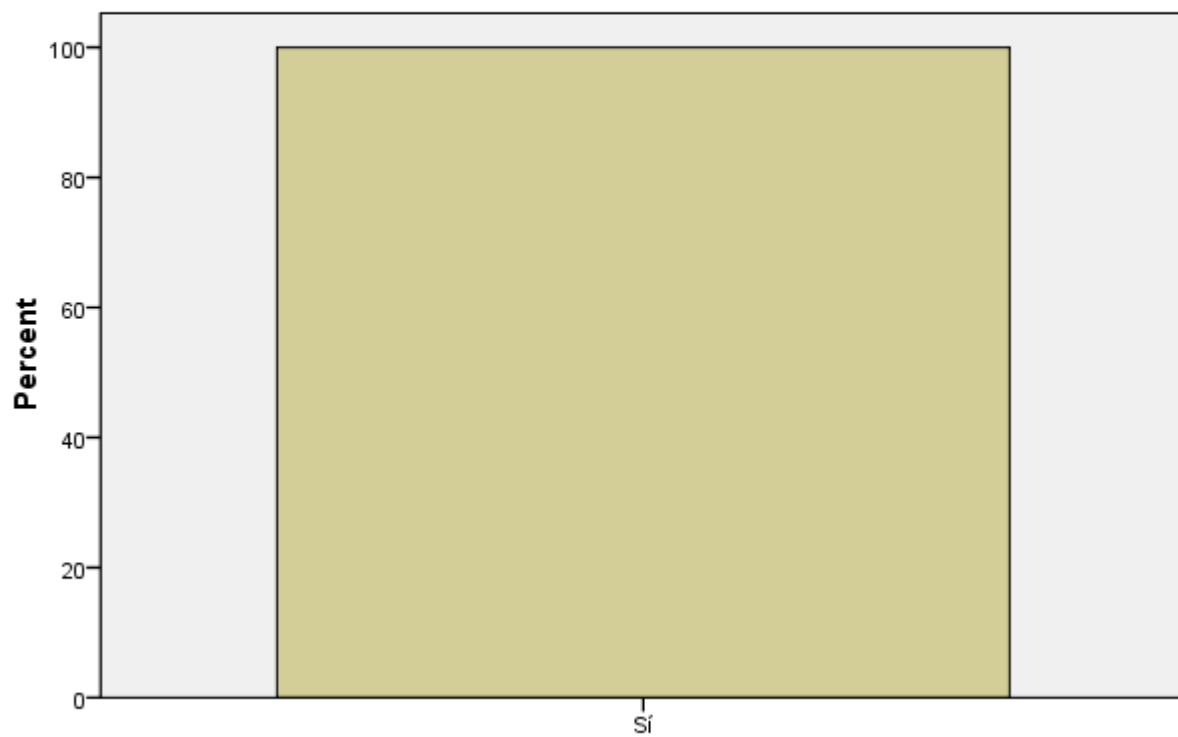
¿Conoces la revista digital Urbe Bikini?



¿Conoces la revista digital Urbe Bikini?

ANEXOS E

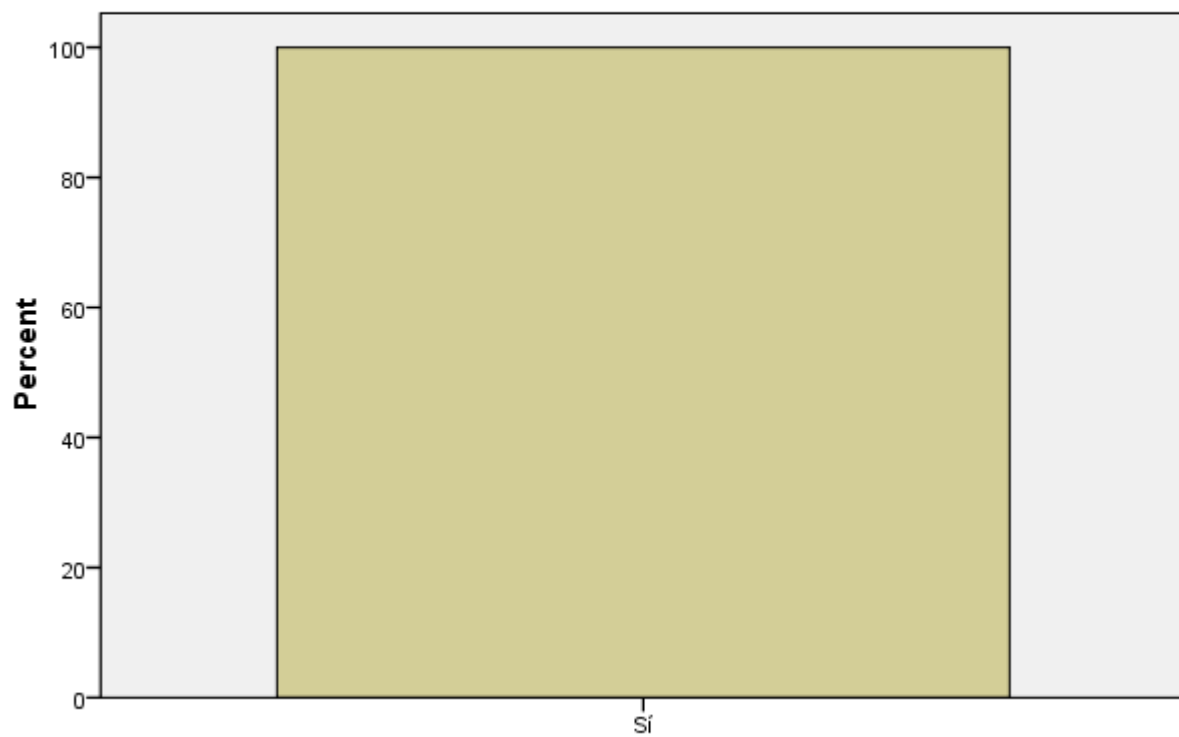
¿Conoces la revista digital La Doce?



¿Conoces la revista digital La Doce?

ANEXOS E

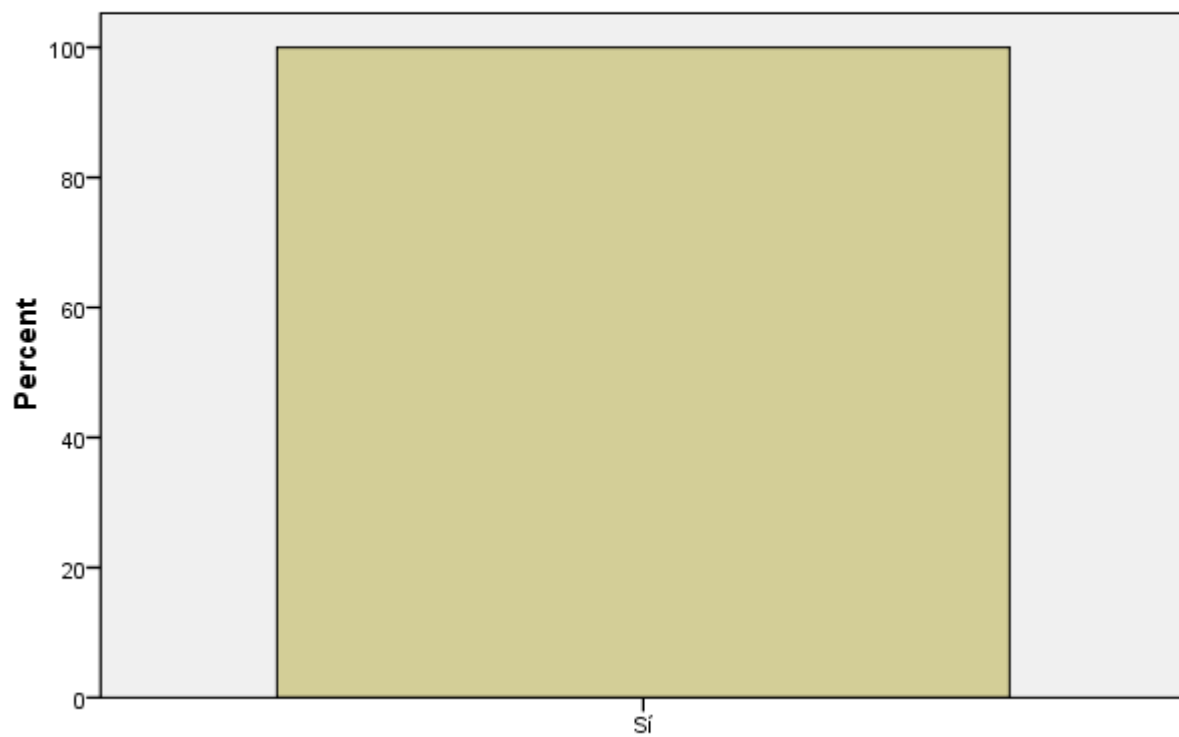
¿Conoces la revista digital Acceso Directv?



¿Conoces la revista digital Acceso Directv?

ANEXOS E

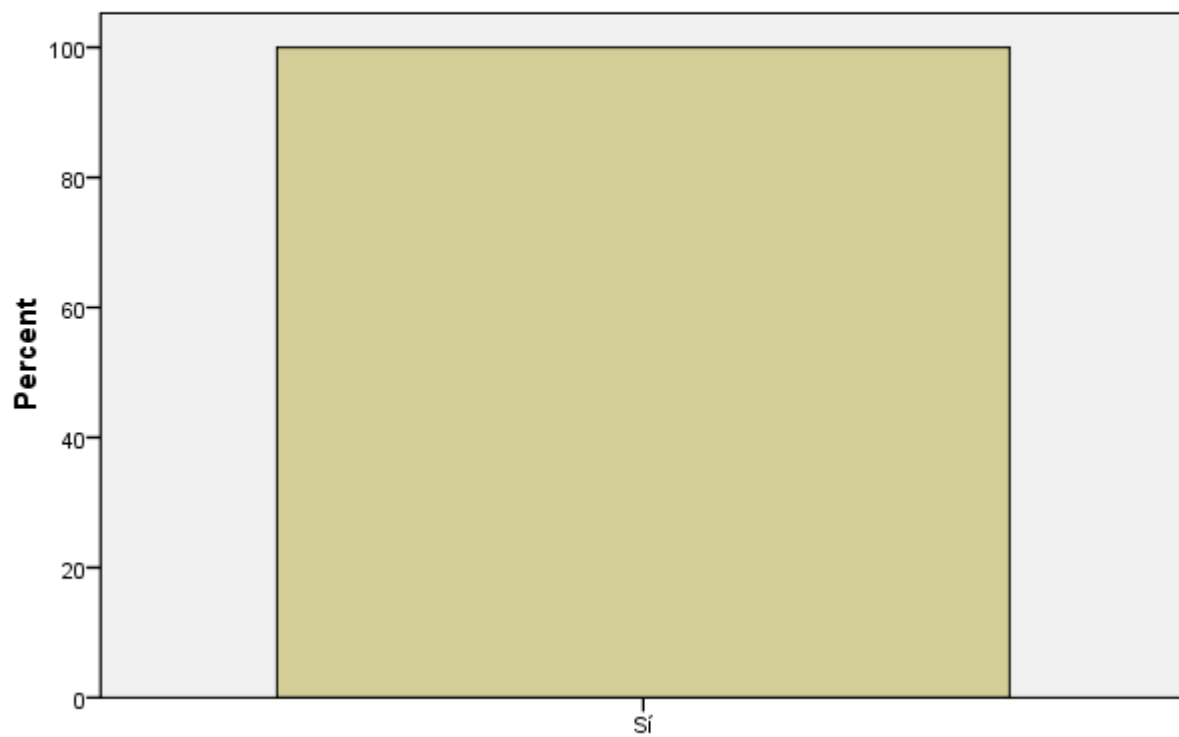
¿Conoces la revista digital Prisma?



¿Conoces la revista digital Prisma?

ANEXOS E

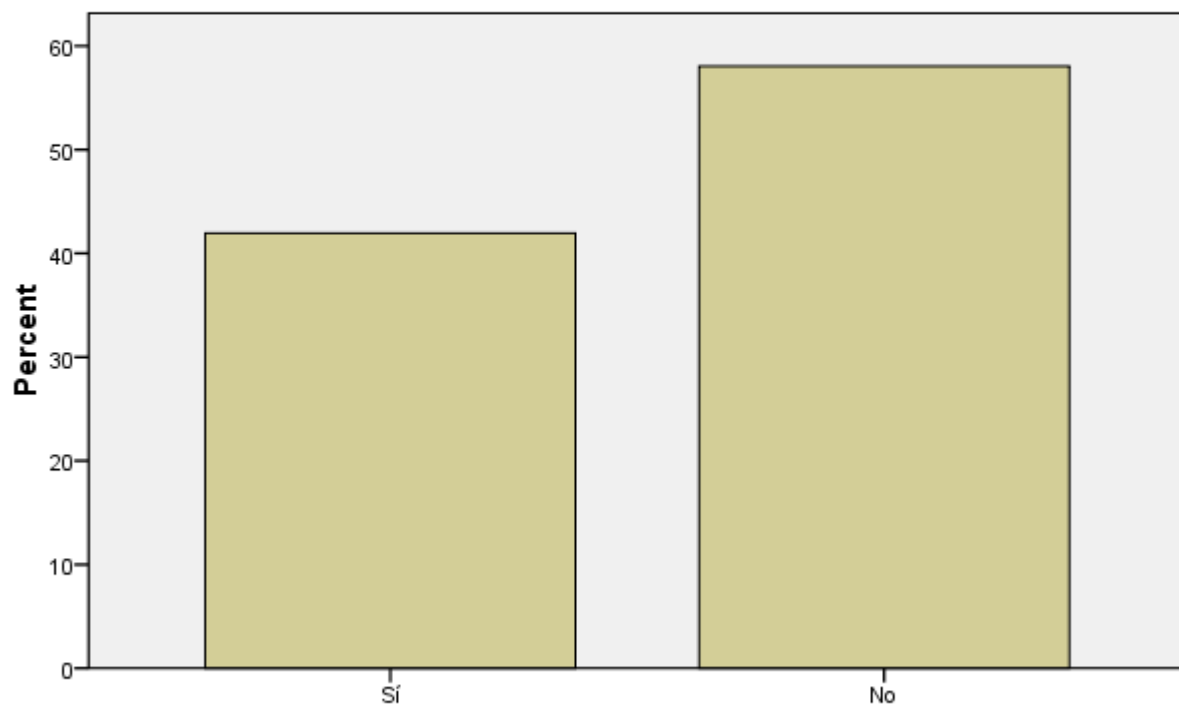
¿Conoces la revista digital BussinesWeek?



¿Conoces la revista digital BussinesWeek?

ANEXOS E

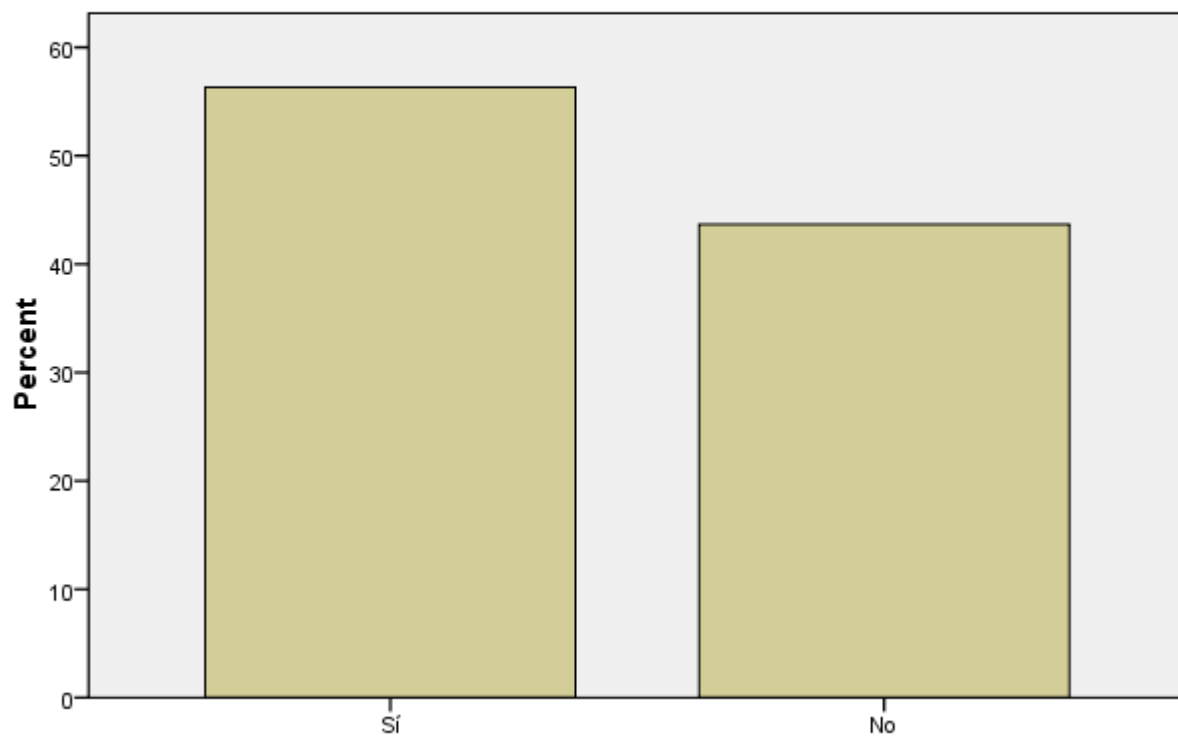
¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?



¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

ANEXOS E

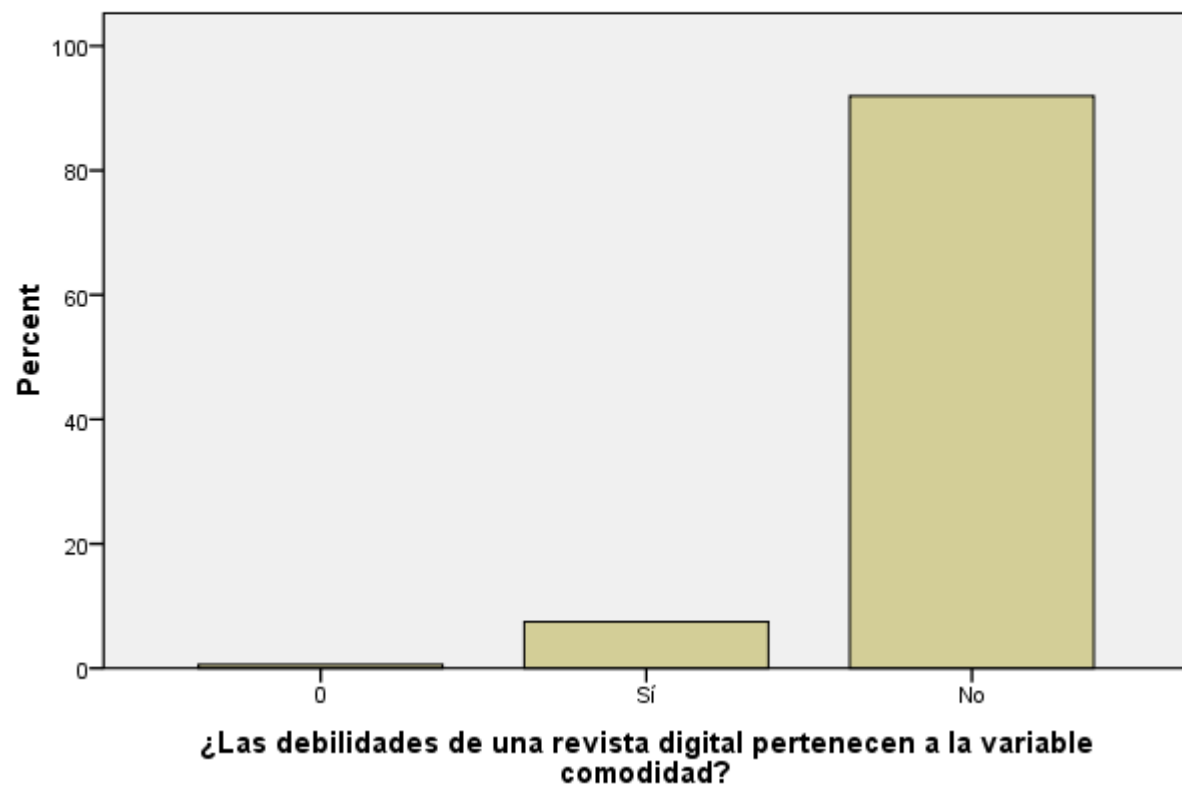
¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?



¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

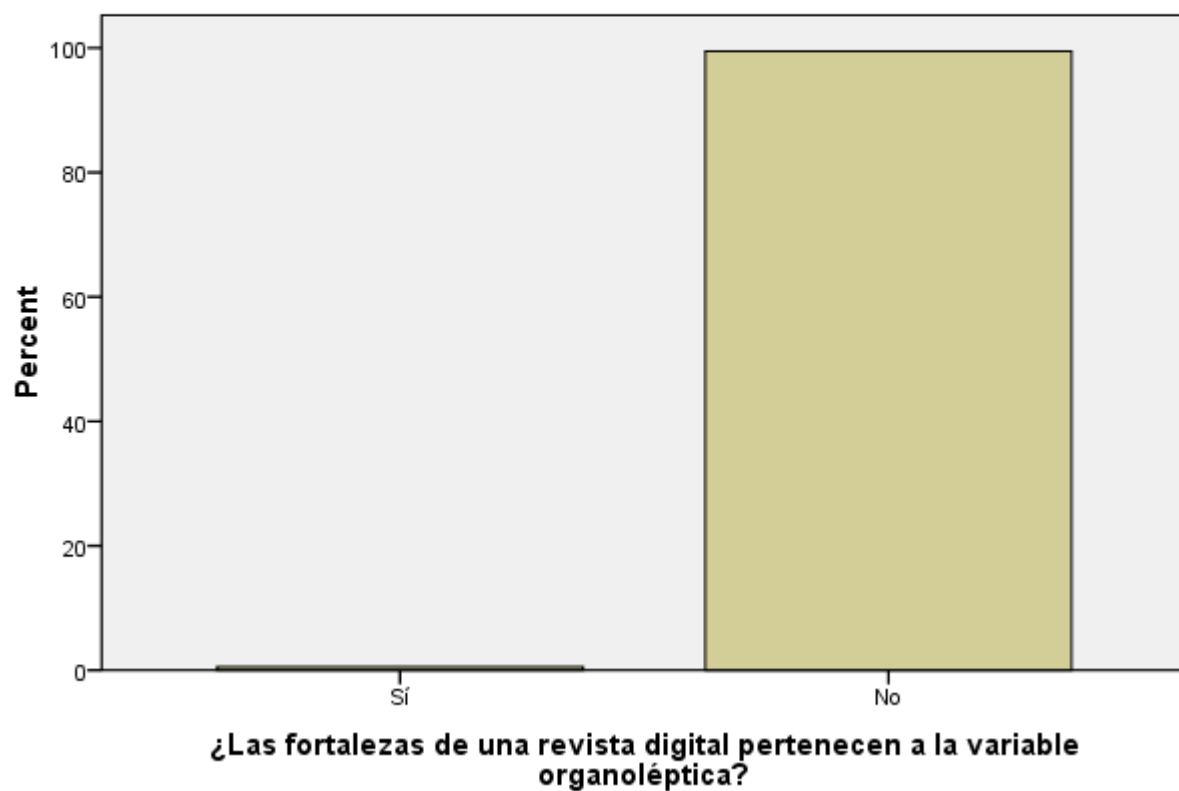
ANEXOS E

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?



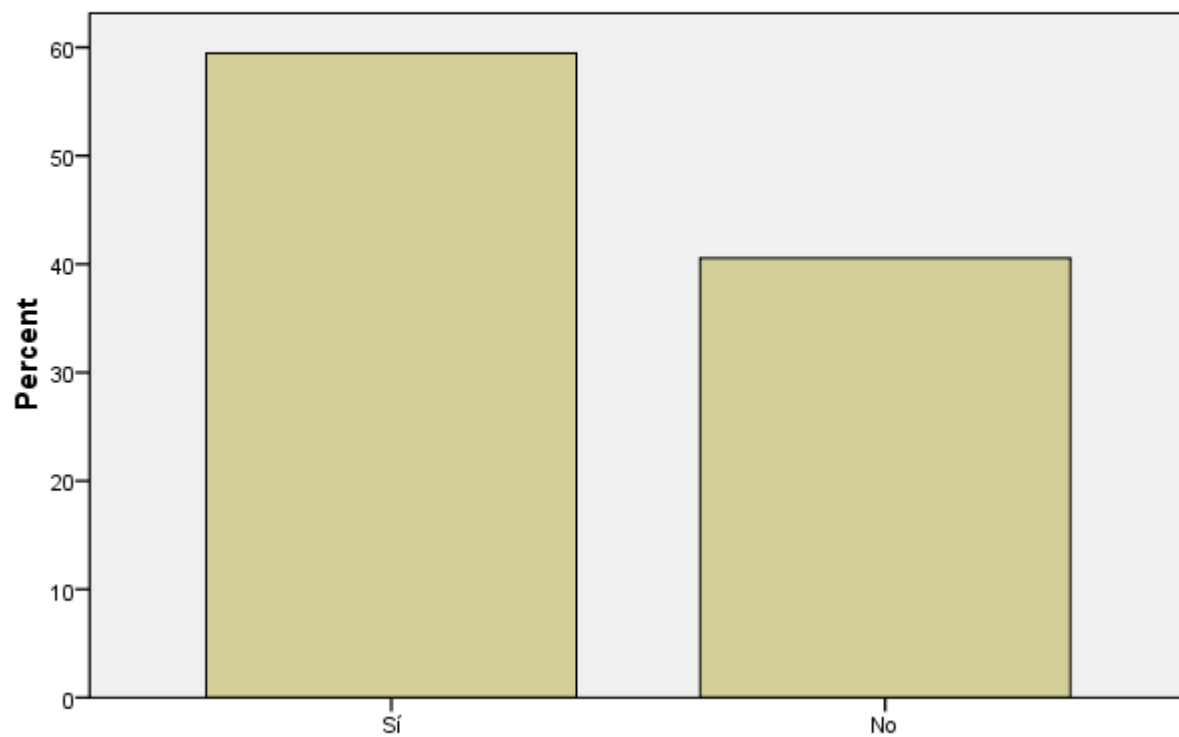
ANEXOS E

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?



ANEXOS E

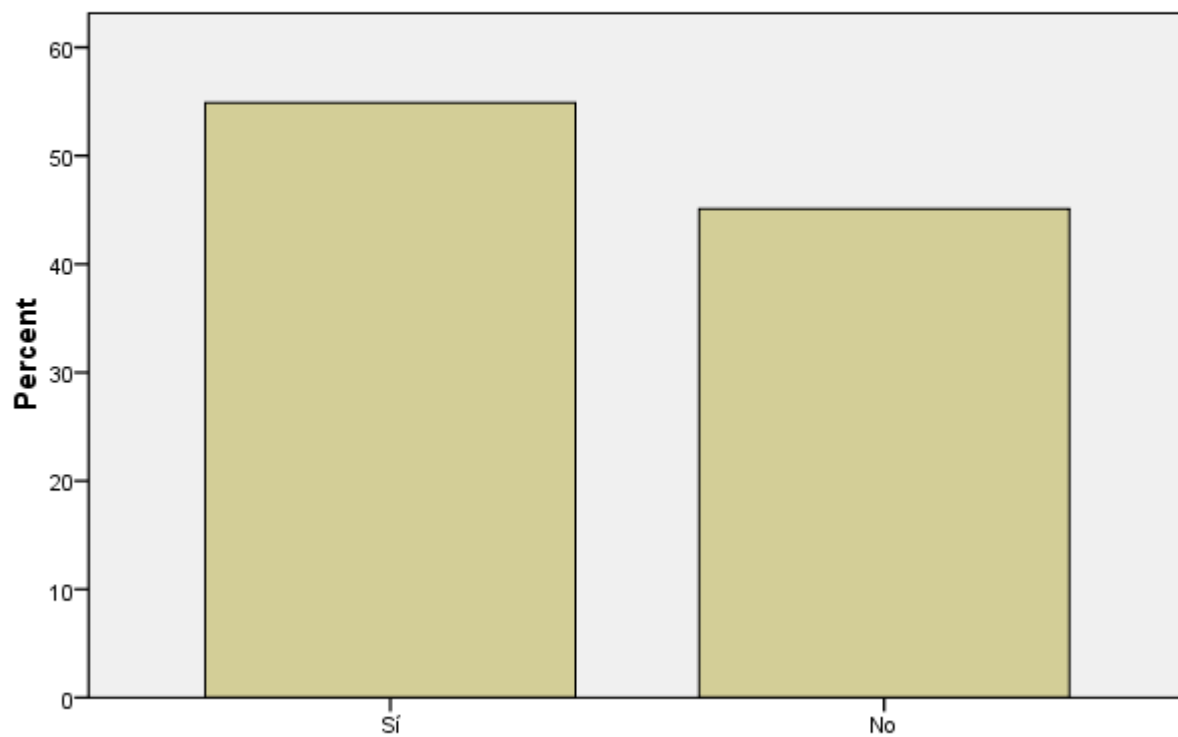
¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?



¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

ANEXOS E

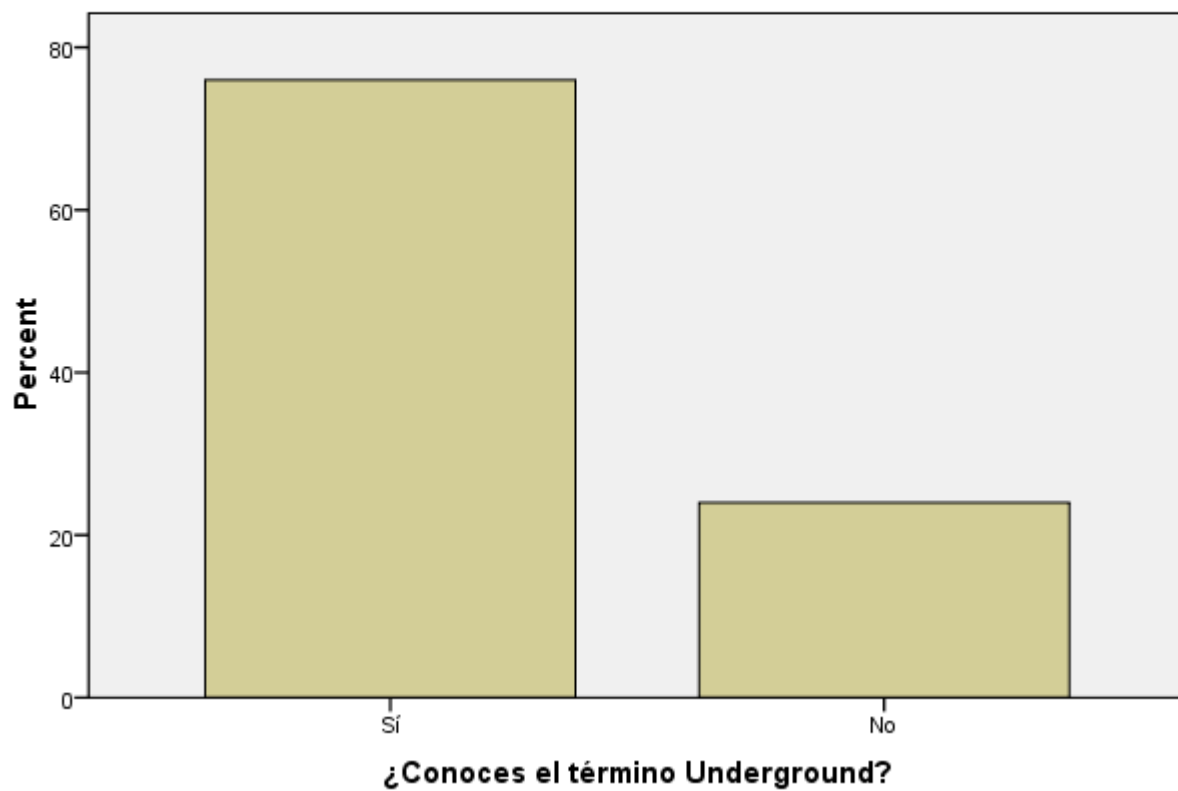
¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?



¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

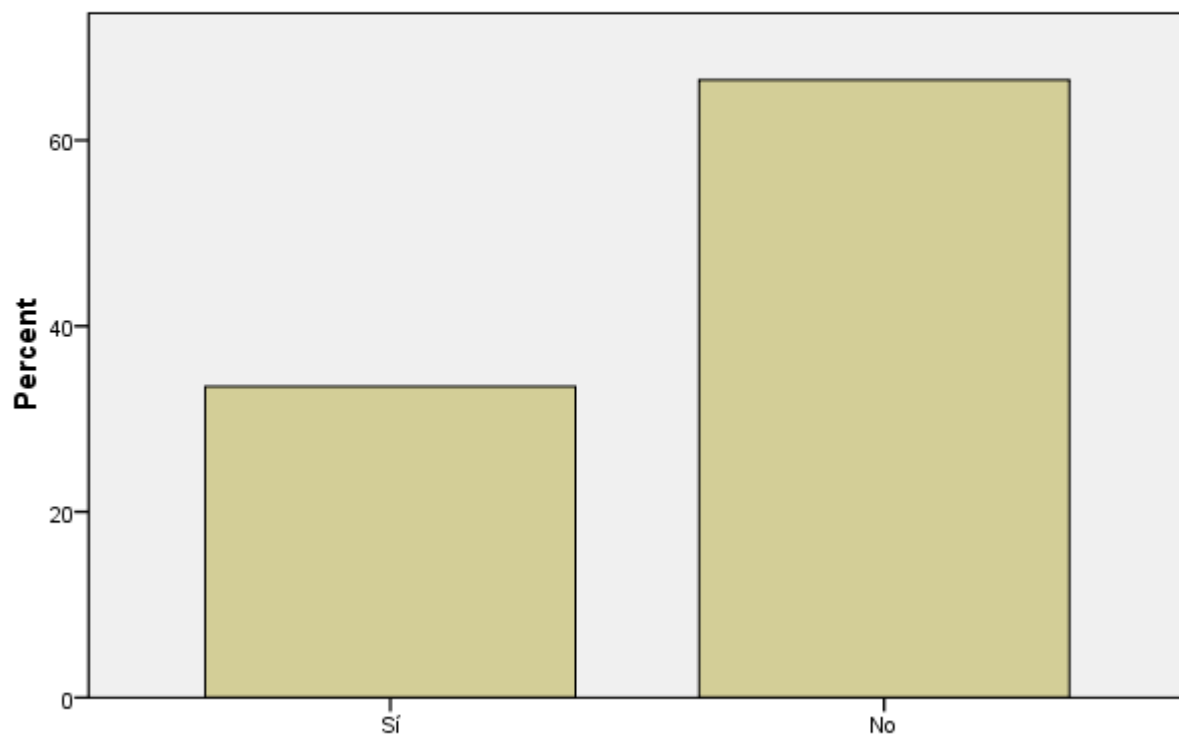
ANEXOS E

¿Conoces el término Underground?



ANEXOS E

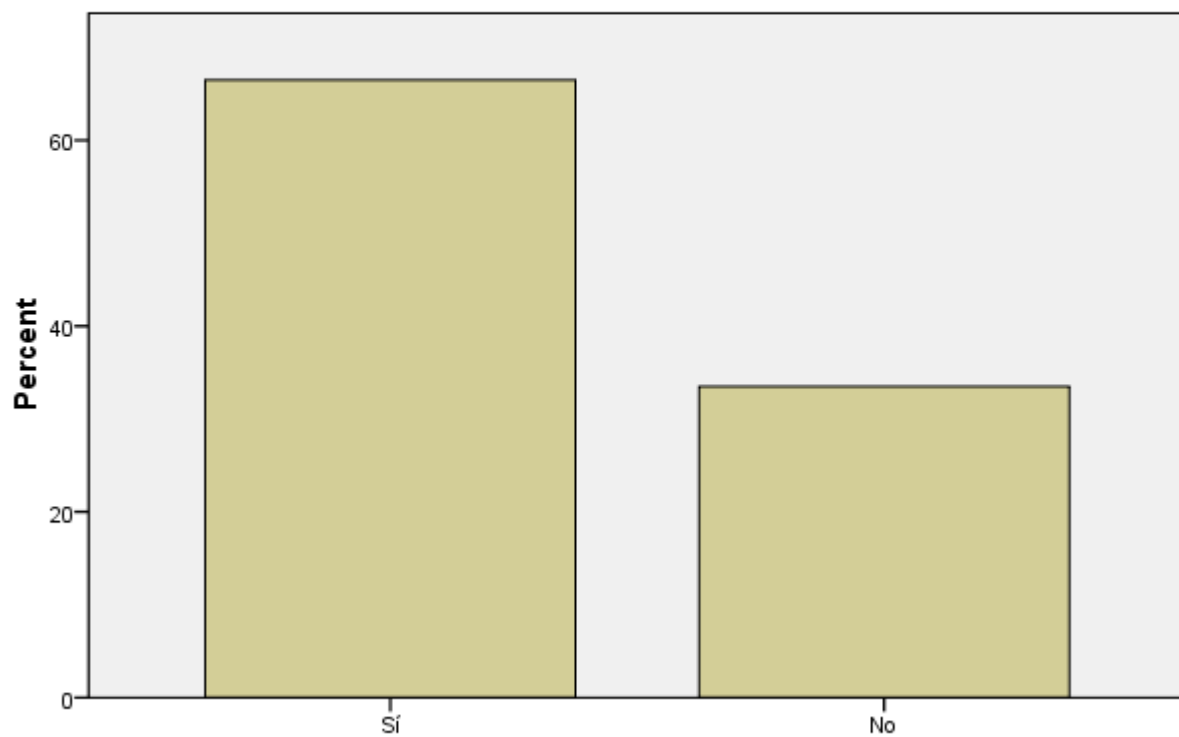
¿Te identificas con este estilo?



¿Te identificas con este estilo?

ANEXOS E

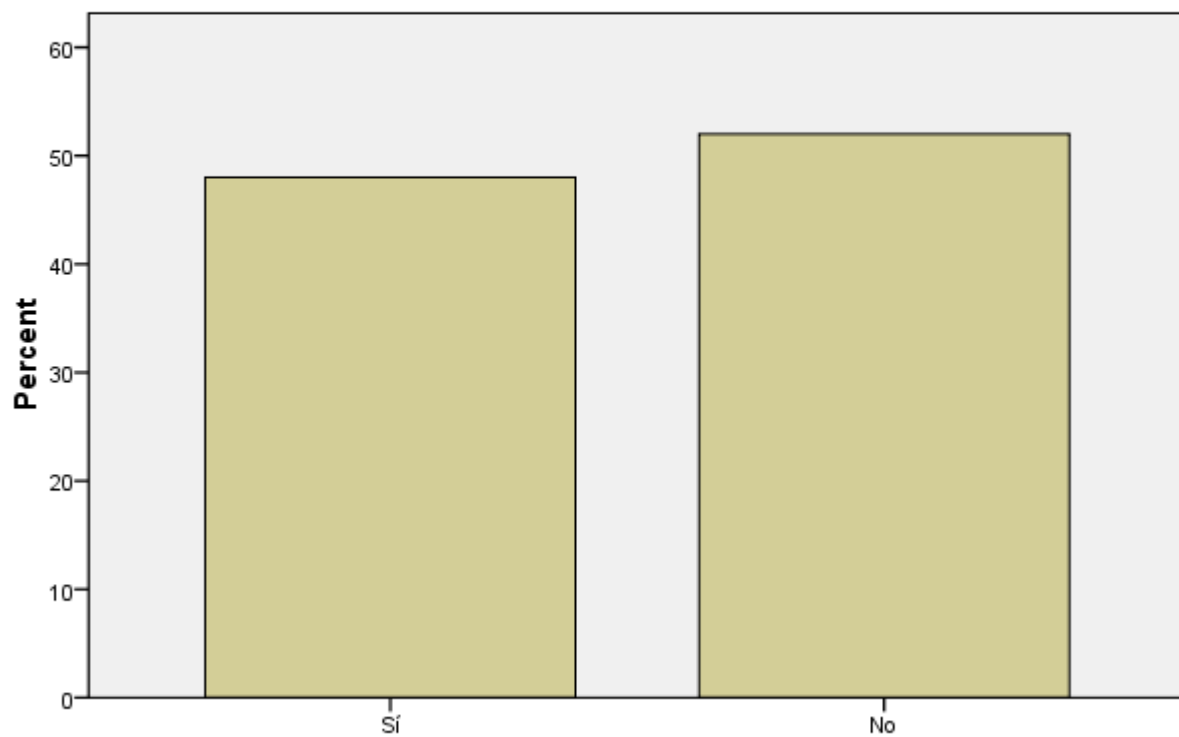
¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?



¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

ANEXOS E

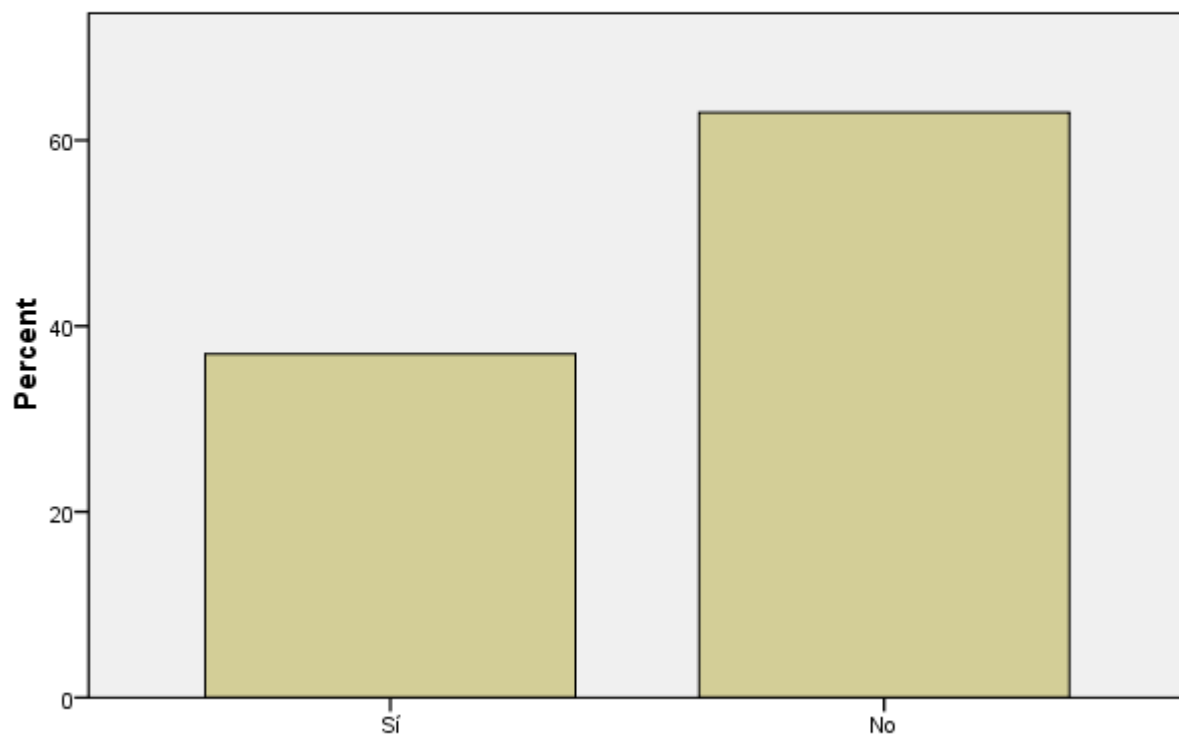
¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?



¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

ANEXOS E

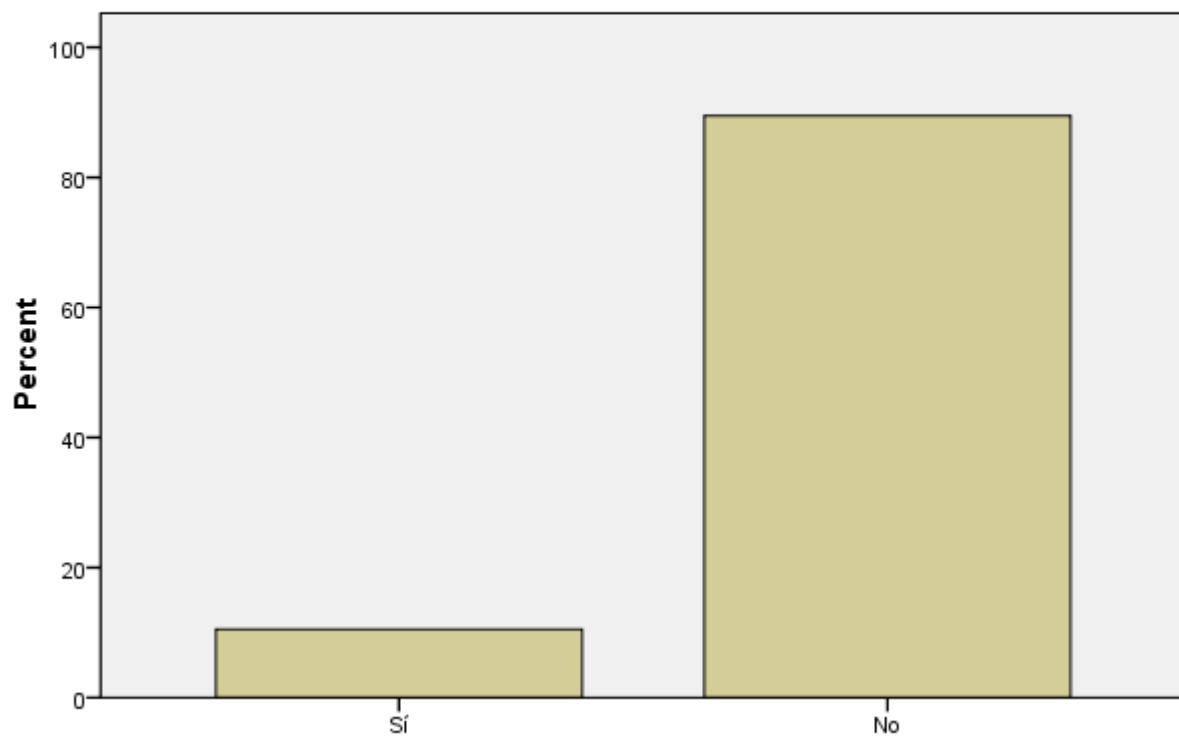
¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?



¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?

ANEXOS E

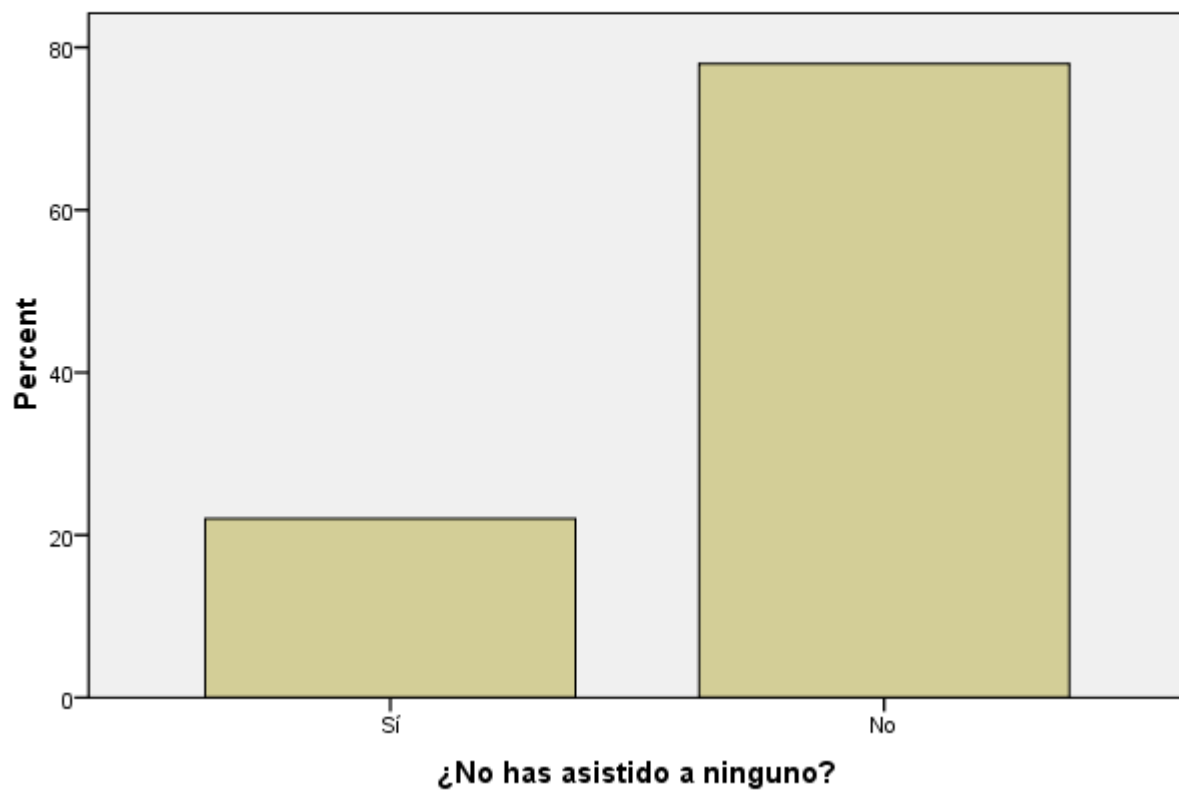
¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?



¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

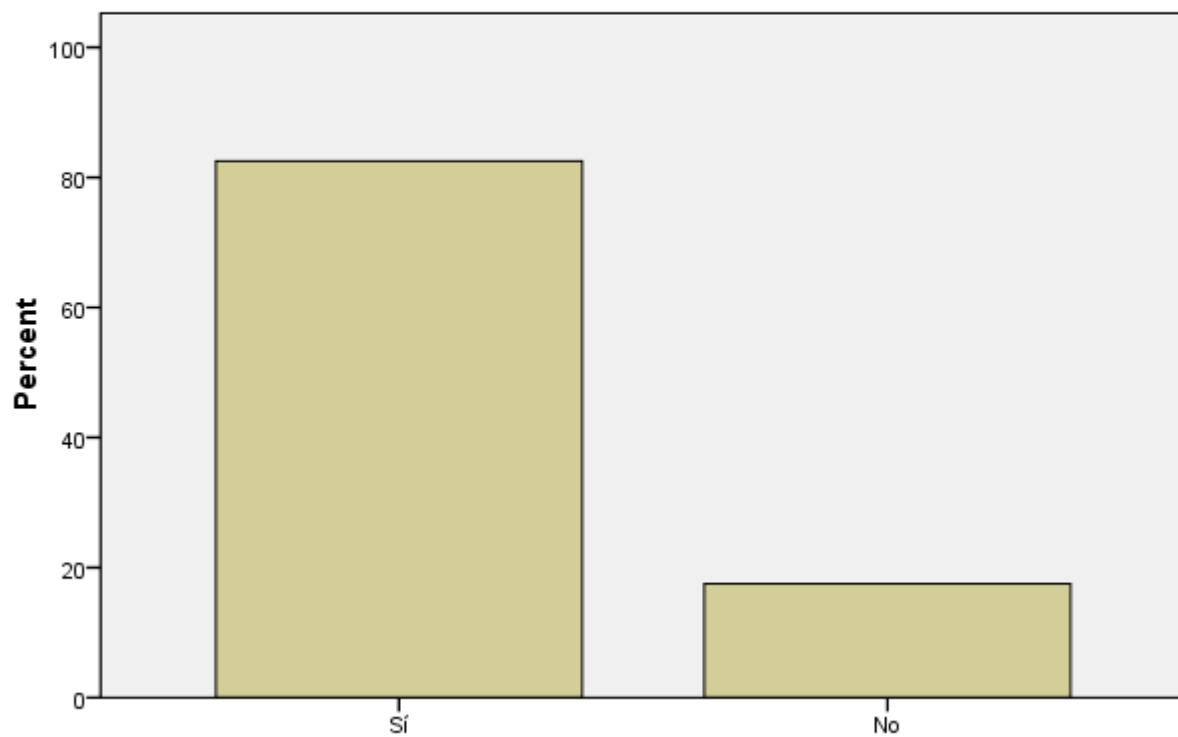
ANEXOS E

¿No has asistido a ninguno?



ANEXOS E

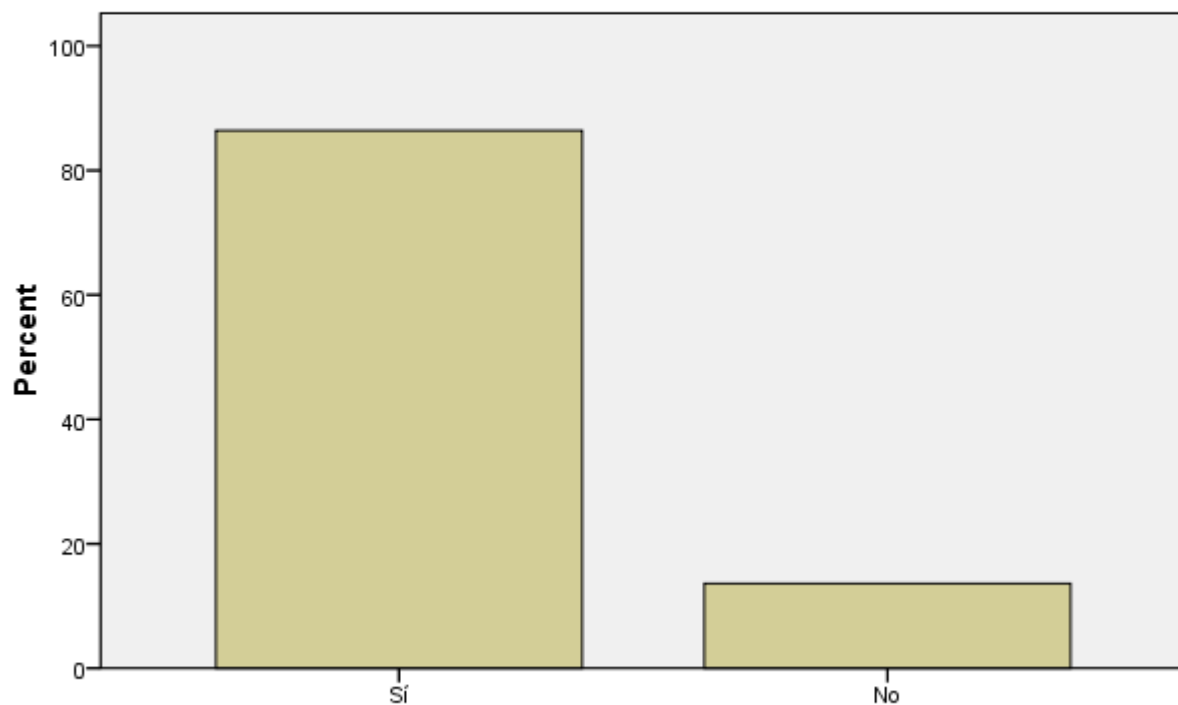
¿Leerías una revista digital de corte underground?



¿Leerías una revista digital de corte underground?

ANEXOS E

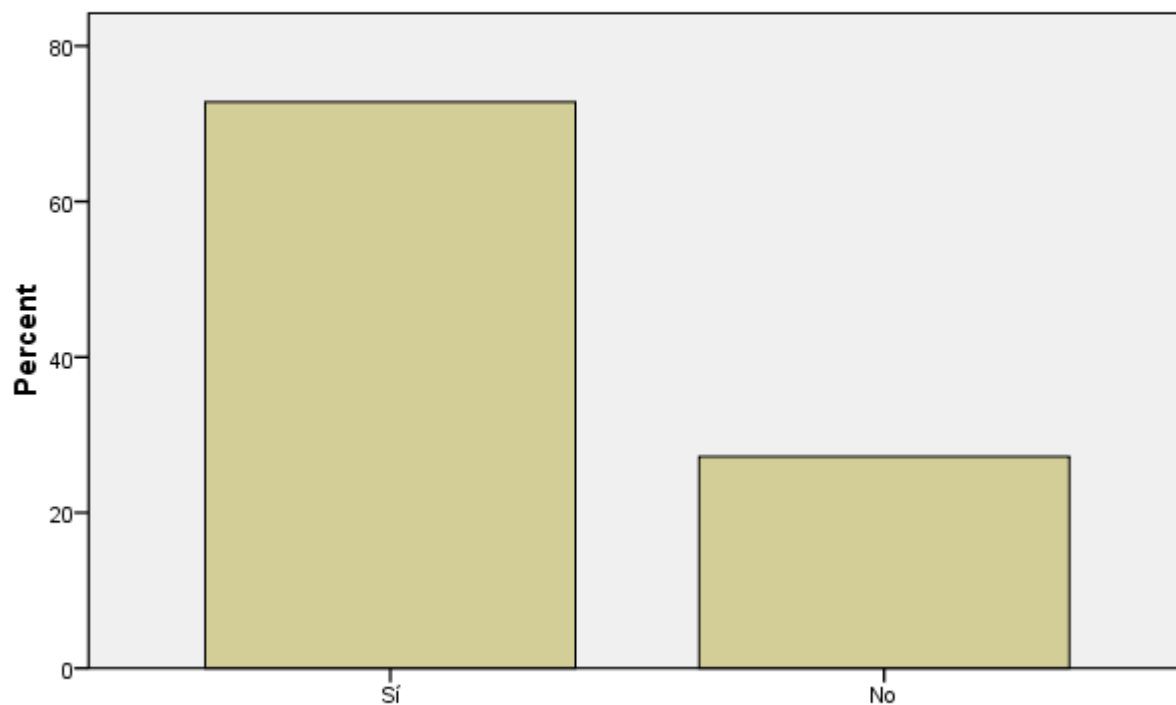
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?

ANEXOS E

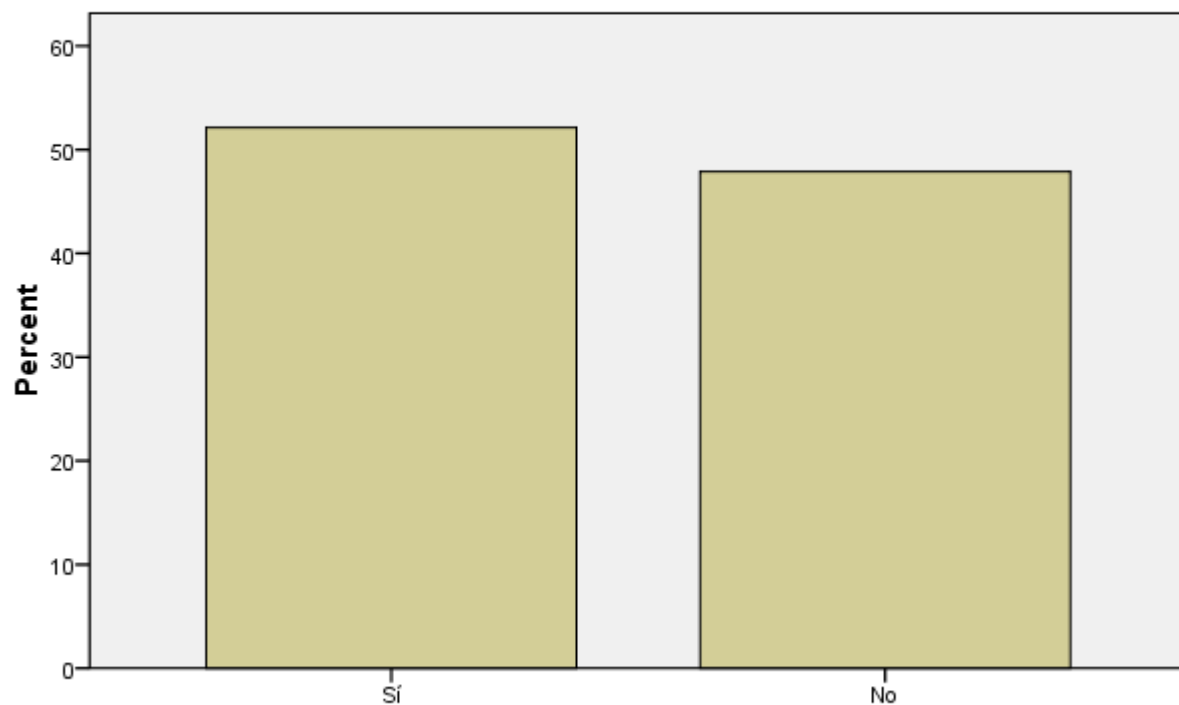
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?

ANEXOS E

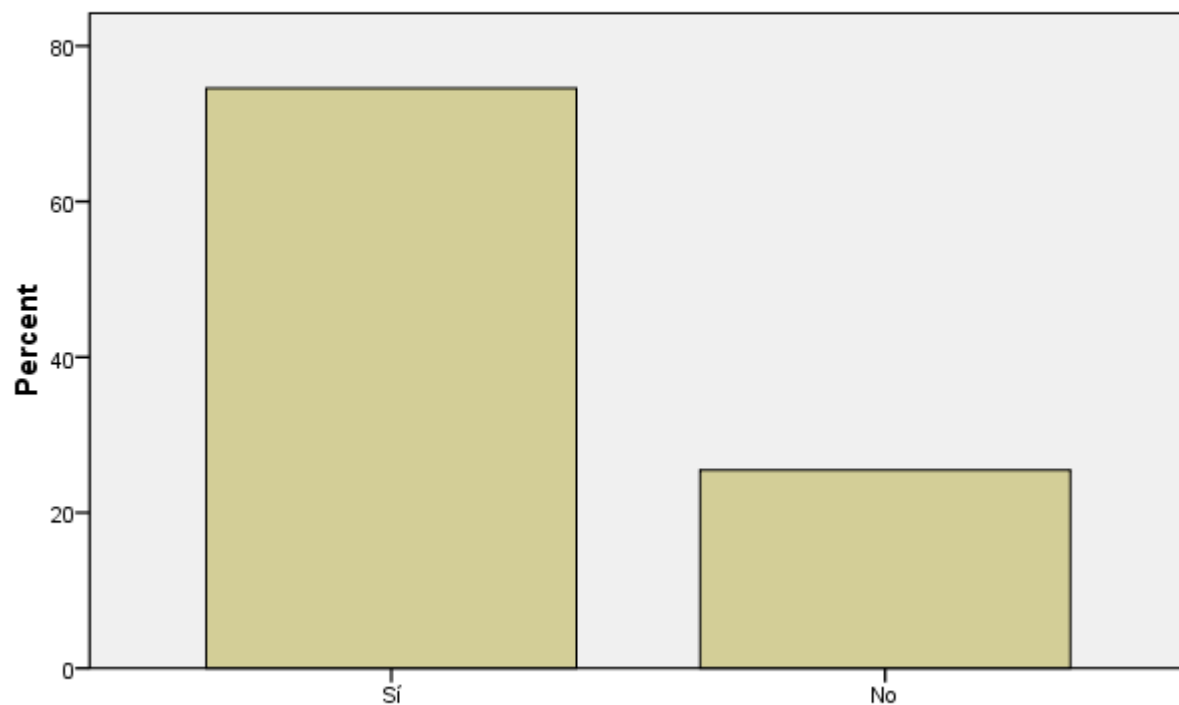
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?

ANEXOS E

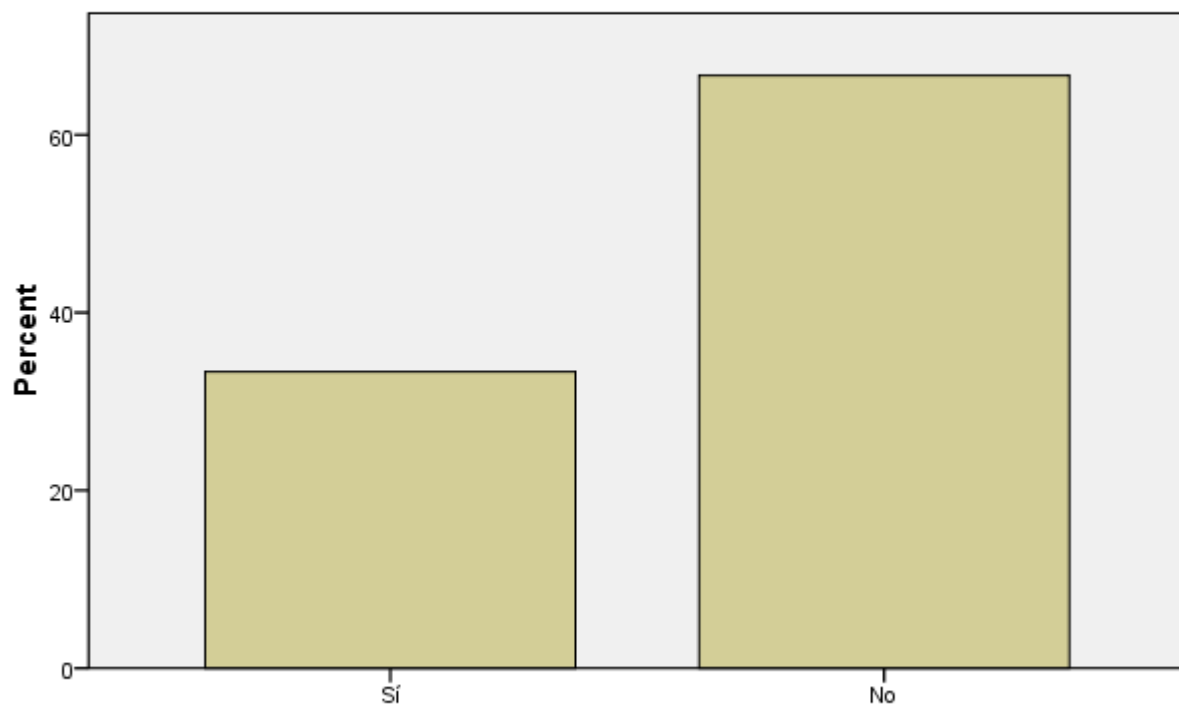
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?

ANEXOS E

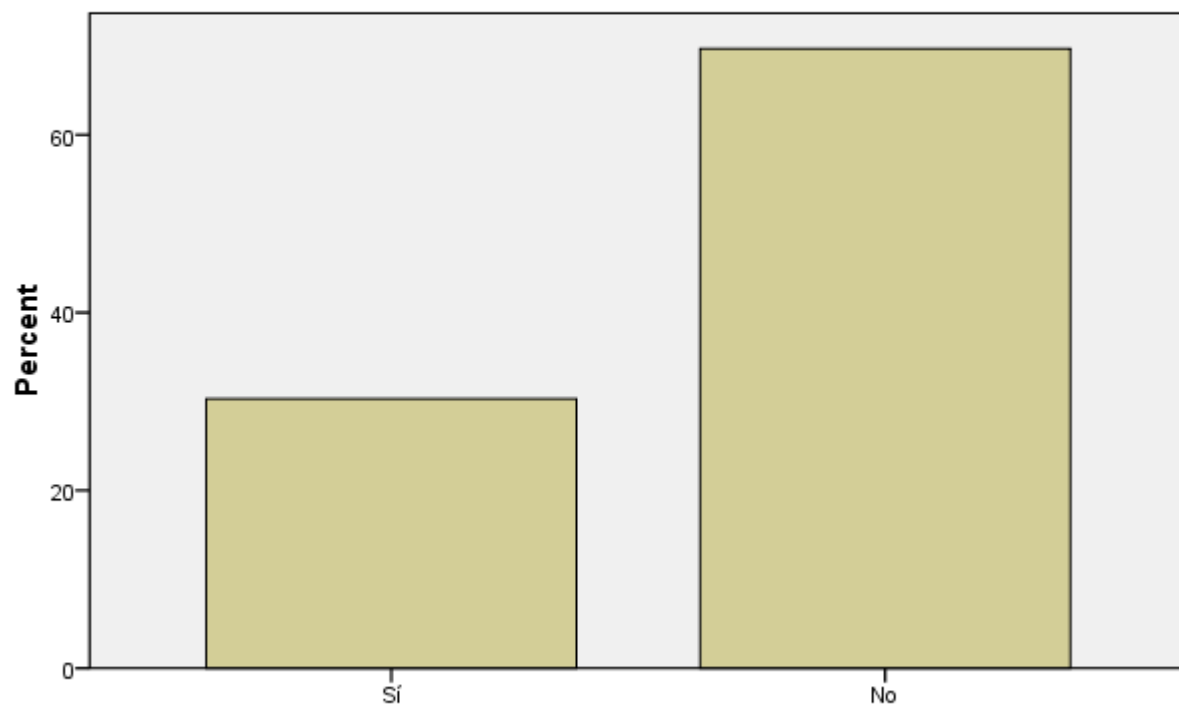
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?

ANEXOS E

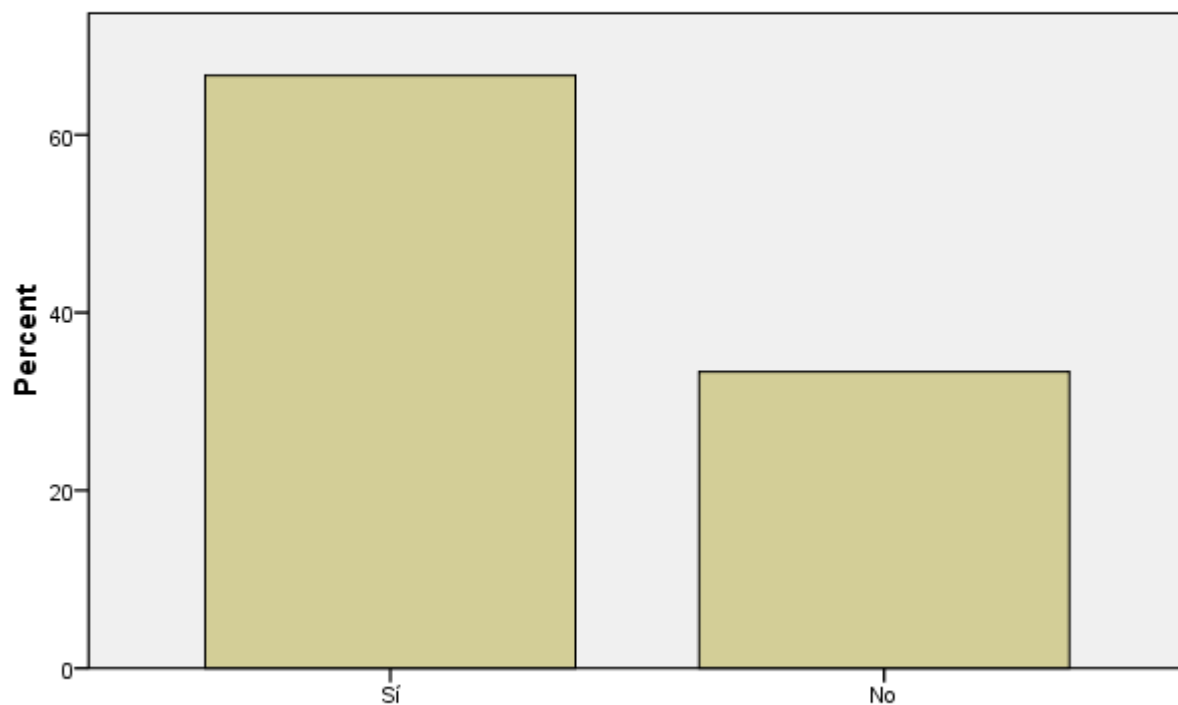
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?

ANEXOS E

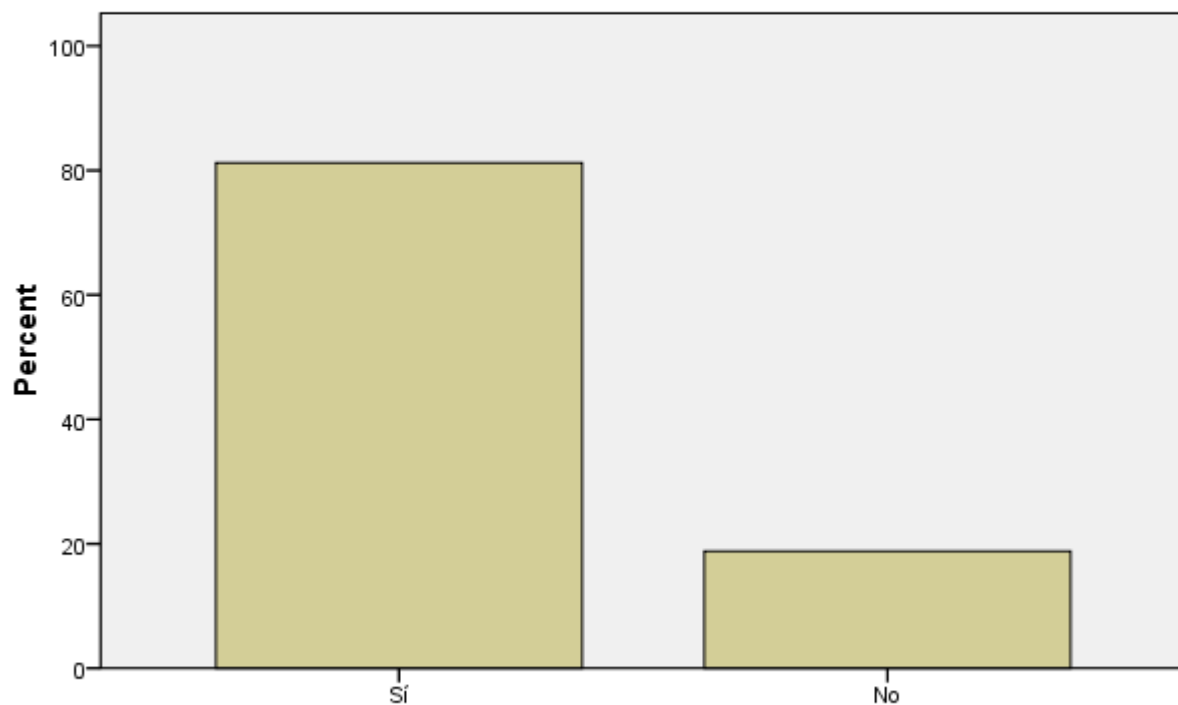
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?

ANEXOS E

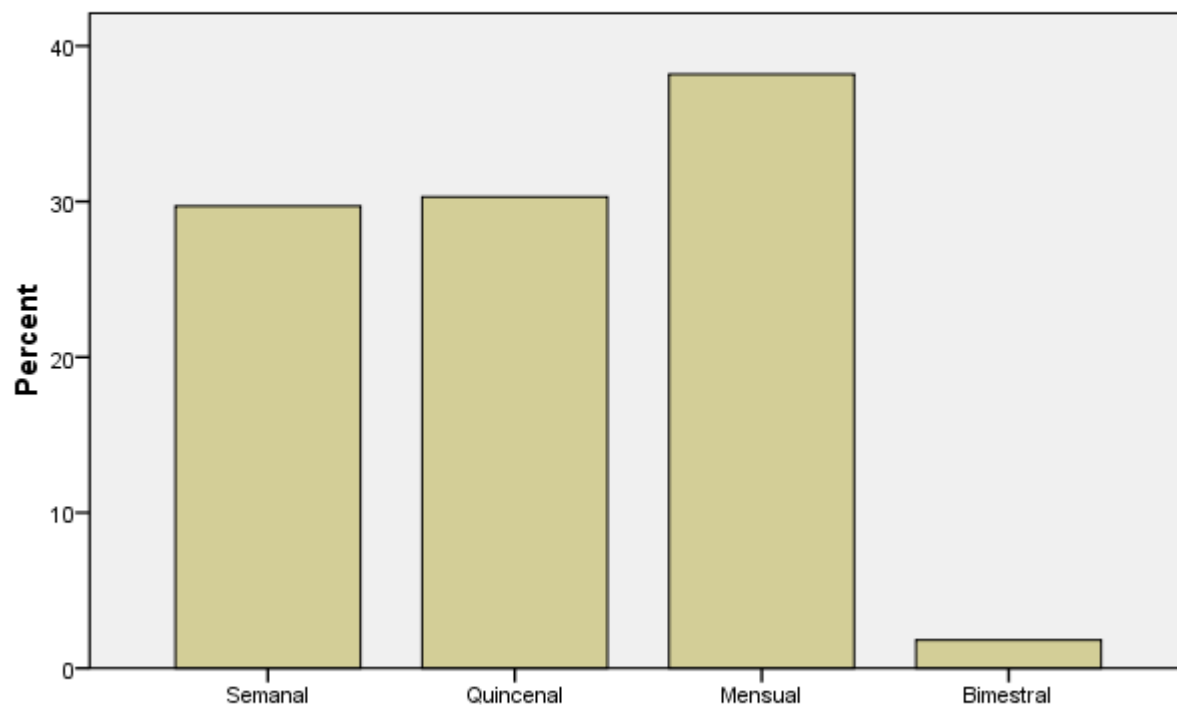
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?

ANEXOS E

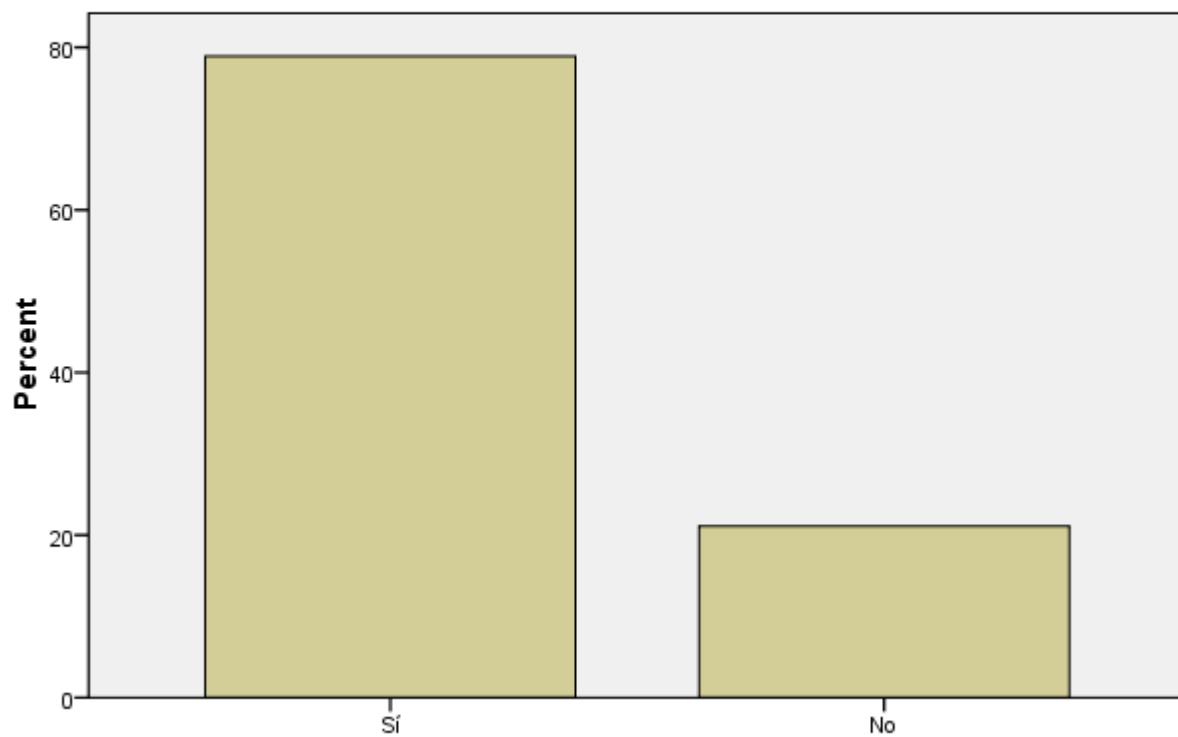
¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?



¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

ANEXOS E

¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?



¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

ANEXOS F

Statistics

		Edad	Sexo	¿Usas Internet?	¿Lees revistas?	¿Qué tipo de revistas prefieres leer?
N	Valid	25	25	25	25	25
	Missing	0	0	0	0	0

Statistics

		¿Posees Internet en tu casa?	¿Con qué frecuencia utilizas Internet?	¿Visitas páginas Web informativas?	¿Visitas páginas Web educativas?	¿Visitas redes sociales?
N	Valid	25	25	25	25	25
	Missing	0	0	0	0	0

Statistics

		¿Visitas páginas Web culturales?	¿Visitas páginas Web corporativas?	¿Alguna vez has leído una revista digital?	¿Conoces la revista digital Tú en Línea?	¿Conoces la revista digital Tendencias 21?
N	Valid	25	25	25	0	0
	Missing	0	0	0	25	25

Statistics

		¿Conoces la revista digital ProDavinci?	¿Conoces la revista digital ZP Magazine?	¿Conoces la revista digital Distorxion?	¿Conoces la revista digital Bazar?	¿Conoces la revista digital Vouge?
N	Valid	0	0	0	0	0
	Missing	25	25	25	25	25

Statistics

		¿Conoces la revista digital IFAB?	¿Conoces la revista digital CyZone?	¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?	¿Conoces la revista digital BBC?	¿Conoces la revista digital Interamericana de Bibliotecología?
N	Valid	0	0	0	0	0
	Missing	25	25	25	25	25

ANEXOS F

Statistics

		¿Conoces la revista digital Entre Rayas?	¿Conoces la revista digital Metapolítica?	¿Conoces la revista digital Ecoinvest?	¿Conoces la revista digital Glamour?	¿Conoces la revista digital PC World?
N	Valid	0	0	0	0	0
	Missing	25	25	25	25	25

Statistics

		¿Conoces la revista digital PC Magazine?	¿Conoces la revista digital Exceso?	¿Conoces la revista digital Mecánica Popular?	¿Conoces la revista digital Sport Life?	¿Conoces la revista digital Hola?
N	Valid	0	0	0	0	0
	Missing	25	25	25	25	25

Statistics

		¿Conoces la revista digital Geociencias?	¿Conoces la revista digital Estampas?	¿Conoces la revista digital Psicología Científica?	¿Conoces la revista digital Psicología on Line?	¿Conoces la revista digital EL Salmón?
N	Valid	0	0	0	0	0
	Missing	25	25	25	25	25

Statistics

		¿Conoces la revista digital Orbis?	¿Conoces la revista digital Negotium?	¿Conoces la revista digital Guayoyo en Letras?	¿Conoces la revista digital Factum?	¿Conoces la revista digital Vanity Fair?
N	Valid	0	0	0	0	0
	Missing	25	25	25	25	25

Statistics

		¿Conoces la revista digital Photomagazine?	¿Conoces la revista digital Muheve?	¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?	¿Conoces la revista digital Pijama Surf?	¿Conoces la revista digital Letralia?
N	Valid	0	0	0	0	0

ANEXOS F

Statistics

		¿Conoces la revista digital Photomagazine?	¿Conoces la revista digital Muheve?	¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?	¿Conoces la revista digital Pijama Surf?	¿Conoces la revista digital Letralia?
N	Valid	0	0	0	0	0
	Missing	25	25	25	25	25

Statistics

		¿Conoces la revista digital Dialnet?	¿Conoces la revista digital Plátano Verde?	¿Conoces la revista digital Comunicación?	¿Conoces la revista digital The Daily?	¿Conoces la revista digital Economist?
N	Valid	0	0	0	0	0
	Missing	25	25	25	25	25

Statistics

		¿Conoces la revista digital Time?	¿Conoces la revista digital Razor Monkey?	¿Conoces la revista digital Vida Extrema?	¿Conoces la revista digital Rolling Stone Magazine?	¿Conoces la revista digital Marca?
N	Valid	0	0	3	1	1
	Missing	25	25	22	24	24

Statistics

		¿Conoces la revista digital 7 Capas?	¿Conoces la revista digital Urbe Bikini?	¿Conoces la revista digital La Doce?	¿Conoces la revista digital Acceso Directv?	¿Conoces la revista digital Prisma?
N	Valid	2	0	0	0	0
	Missing	23	25	25	25	25

Statistics

		¿Conoces la revista digital BussinesWeek?	¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?
N	Valid	0	20	20	20	21

ANEXOS F

Statistics

		¿Conoces la revista digital BussinesWeek?	¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?
N	Valid	0	20	20	20	21
	Missing	25	5	5	5	4

Statistics

		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	¿Conoces el término Underground?	¿Te identificas con este estilo?	¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?
N	Valid	21	21	25	25	25
	Missing	4	4	0	0	0

Statistics

		¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?	¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?	¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?	¿No has asistido a ninguno?	¿Leerías una revista digital de corte underground?
N	Valid	25	25	25	25	25
	Missing	0	0	0	0	0

Statistics

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?
N	Valid	22	22	22	22	22
	Missing	3	3	3	3	3

ANEXOS F

Statistics

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?	¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?	¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?
N	Valid	22	22	22	22	22
	Missing	3	3	3	3	3

Frequency Table

Edad

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	1	4,0	4,0	4,0
	19	7	28,0	28,0	32,0
	20	6	24,0	24,0	56,0
	21	5	20,0	20,0	76,0
	22	4	16,0	16,0	92,0
	25	1	4,0	4,0	96,0
	29	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Sexo

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

ANEXOS F

Valid	Masculino	15	60,0	60,0	60,0
	Femenino	10	40,0	40,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Usas Internet?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	25	100,0	100,0	100,0

¿Lees revistas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	25	100,0	100,0	100,0

¿Qué tipo de revistas prefieres leer?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Especializadas	4	16,0	16,0	16,0
	Variedades	5	20,0	20,0	36,0
	Deportivas	11	44,0	44,0	80,0
	De Actualidad	4	16,0	16,0	96,0
	Juveniles	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Posees Internet en tu casa?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	25	100,0	100,0	100,0

¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

ANEXOS F

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Diariamente	24	96,0	96,0	96,0
	De 2 a 4 días a la semana	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Visitas páginas Web informativas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	18	72,0	72,0	72,0
	No	7	28,0	28,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Visitas páginas Web educativas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	9	36,0	36,0	36,0
	No	16	64,0	64,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Visitas redes sociales?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	21	84,0	84,0	84,0
	No	4	16,0	16,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Visitas páginas Web culturales?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

ANEXOS F

Valid	Sí	8	32,0	32,0	32,0
	No	17	68,0	68,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Visitas páginas Web corporativas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	5	20,0	20,0	20,0
	No	20	80,0	80,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Alguna vez has leído una revista digital?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	10	40,0	40,0	40,0
	No	15	60,0	60,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Conoces la revista digital Tú en Línea?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Tendencias 21?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital ProDavinci?

ANEXOS F

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital ZP Magazine?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Distorsion?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Bazar?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Vouge?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital IFAB?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital CyZone?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

ANEXOS F

¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital BBC?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Interamericana de Bibliotecología?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Entre Rayas?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Metapolítica?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Ecoinvest?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Glamour?

	Frequency	Percent

ANEXOS F

¿Conoces la revista digital Glamour?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital PC World?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital PC Magazine?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Exceso?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Mecánica

Popular?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Sport Life?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Hola?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

ANEXOS F

¿Conoces la revista digital Geociencias?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Estampas?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Psicología Científica?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Psicología on Line?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital EL Salmón?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Orbis?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

ANEXOS F

¿Conoces la revista digital Negotium?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Guayoyo en Letras?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Factum?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Vanity Fair?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Photomagazine?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Muheve?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?

	Frequency	Percent

ANEXOS F

¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Pijama Surf?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Letralia?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Dialnet?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Plátano Verde?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Comunicación?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital The Daily?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

ANEXOS F

¿Conoces la revista digital Economist?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Time?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Razor Monkey?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Vida Extrema?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	3	12,0	100,0	100,0
Missing System	22	88,0		
Total	25	100,0		

¿Conoces la revista digital Rolling Stone Magazine?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	1	4,0	100,0	100,0
Missing System	24	96,0		
Total	25	100,0		

¿Conoces la revista digital Marca?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

ANEXOS F

Valid	Sí	1	4,0	100,0	100,0
Missing	System	24	96,0		
	Total	25	100,0		

¿Conoces la revista digital 7 Capas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	2	8,0	100,0	100,0
Missing	System	23	92,0		
	Total	25	100,0		

¿Conoces la revista digital Urbe Bikini?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital La Doce?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Acceso Directv?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Prisma?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital BussinesWeek?

ANEXOS F

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	9	36,0	45,0	45,0
	No	11	44,0	55,0	100,0
	Total	20	80,0	100,0	
Missing	System	5	20,0		
	Total	25	100,0		

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	8	32,0	40,0	40,0
	No	12	48,0	60,0	100,0
	Total	20	80,0	100,0	
Missing	System	5	20,0		
	Total	25	100,0		

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	1	4,0	5,0	5,0
	Sí	3	12,0	15,0	20,0
	No	16	64,0	80,0	100,0
	Total	20	80,0	100,0	
Missing	System	5	20,0		
	Total	25	100,0		

ANEXOS F

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No	21	84,0	100,0	100,0
Missing	System	4	16,0		
	Total	25	100,0		

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	16	64,0	76,2	76,2
	No	5	20,0	23,8	100,0
	Total	21	84,0	100,0	
Missing	System	4	16,0		
	Total	25	100,0		

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	7	28,0	33,3	33,3
	No	14	56,0	66,7	100,0
	Total	21	84,0	100,0	
Missing	System	4	16,0		
	Total	25	100,0		

¿Conoces el término Underground?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	23	92,0	92,0	92,0
	No	2	8,0	8,0	100,0

ANEXOS F

¿Conoces el término Underground?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	23	92,0	92,0	92,0
	No	2	8,0	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Te identificas con este estilo?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	9	36,0	36,0	36,0
	No	16	64,0	64,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	16	64,0	64,0	64,0
	No	9	36,0	36,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	14	56,0	56,0	56,0
	No	11	44,0	44,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?

ANEXOS F

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	12	48,0	48,0	48,0
	No	13	52,0	52,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	4,0	4,0	4,0
	No	24	96,0	96,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿No has asistido a ninguno?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	7	28,0	28,0	28,0
	No	18	72,0	72,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Leerías una revista digital de corte underground?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	22	88,0	88,0	88,0
	No	3	12,0	12,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?

ANEXOS F

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	17	68,0	77,3	77,3
	No	5	20,0	22,7	100,0
	Total	22	88,0	100,0	
Missing	System	3	12,0		
	Total	25	100,0		

**¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de
Próximos Eventos?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	1	4,0	4,5	4,5
	Sí	14	56,0	63,6	68,2
	No	7	28,0	31,8	100,0
	Total	22	88,0	100,0	
Missing	System	3	12,0		
	Total	25	100,0		

**¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de
Entrevistas?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	7	28,0	31,8	31,8
	No	15	60,0	68,2	100,0
	Total	22	88,0	100,0	
Missing	System	3	12,0		
	Total	25	100,0		

**¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de
Diseño?**

ANEXOS F

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	21	84,0	95,5	95,5
	No	1	4,0	4,5	100,0
	Total	22	88,0	100,0	
Missing	System	3	12,0		
	Total	25	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	4	16,0	18,2	18,2
	No	18	72,0	81,8	100,0
	Total	22	88,0	100,0	
Missing	System	3	12,0		
	Total	25	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	4,0	4,5	4,5
	No	21	84,0	95,5	100,0
	Total	22	88,0	100,0	
Missing	System	3	12,0		
	Total	25	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

ANEXOS F

Valid	Sí	12	48,0	54,5	54,5
	No	10	40,0	45,5	100,0
	Total	22	88,0	100,0	
Missing	System	3	12,0		
	Total	25	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	13	52,0	59,1	59,1
	No	9	36,0	40,9	100,0
	Total	22	88,0	100,0	
Missing	System	3	12,0		
	Total	25	100,0		

¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Semanal	10	40,0	45,5	45,5
	Quincenal	3	12,0	13,6	59,1
	Mensual	9	36,0	40,9	100,0
	Total	22	88,0	100,0	
Missing	System	3	12,0		
	Total	25	100,0		

¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

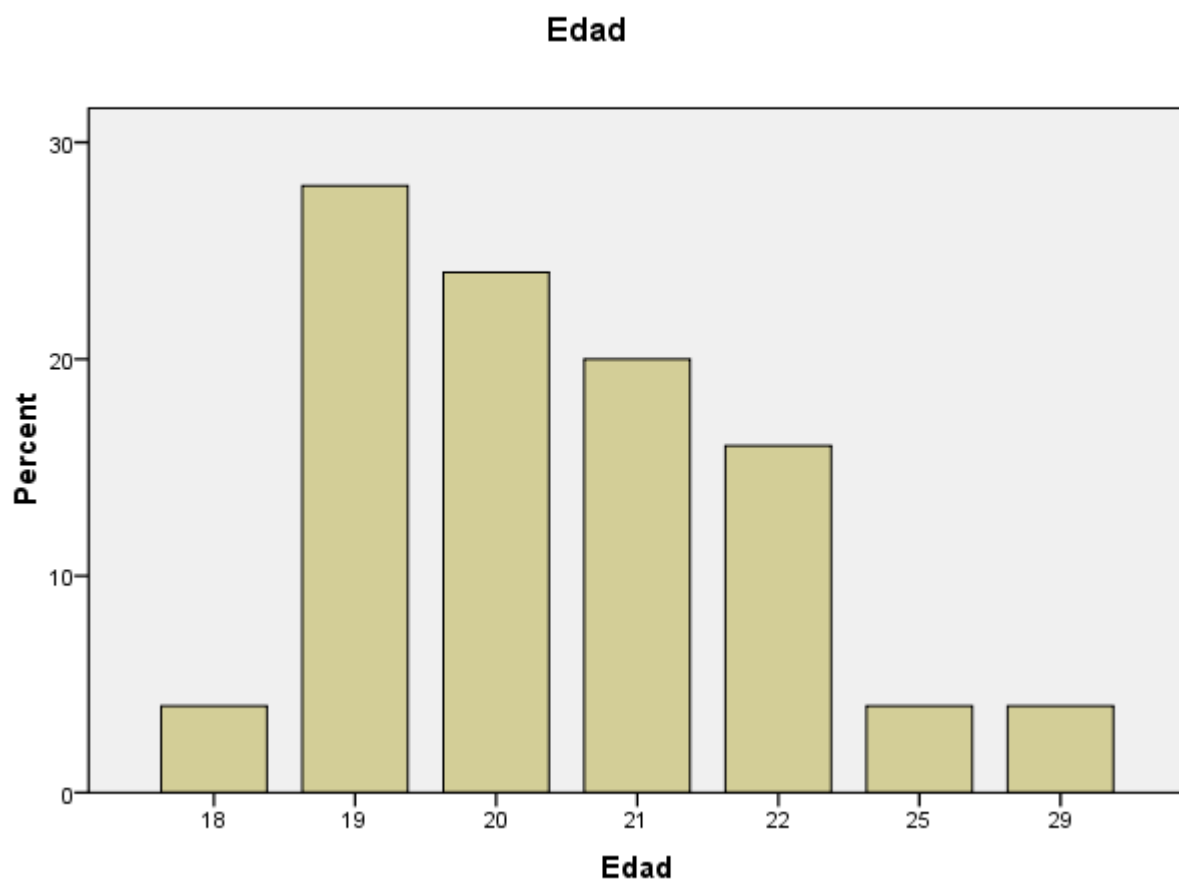
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	14	56,0	63,6	63,6
	No	8	32,0	36,4	100,0

ANEXOS F

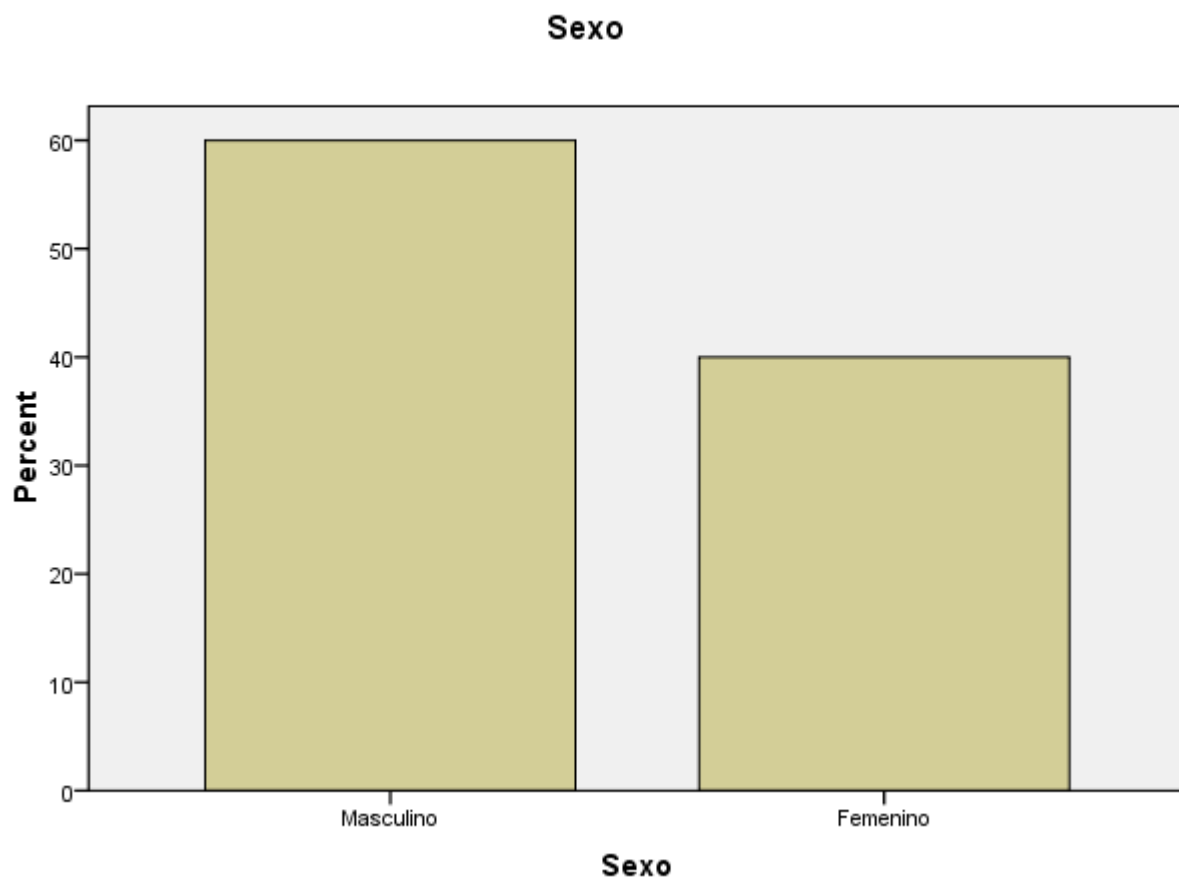
	Total	22	88,0	100,0	
Missing	System	3	12,0		
	Total	25	100,0		

Bar Chart

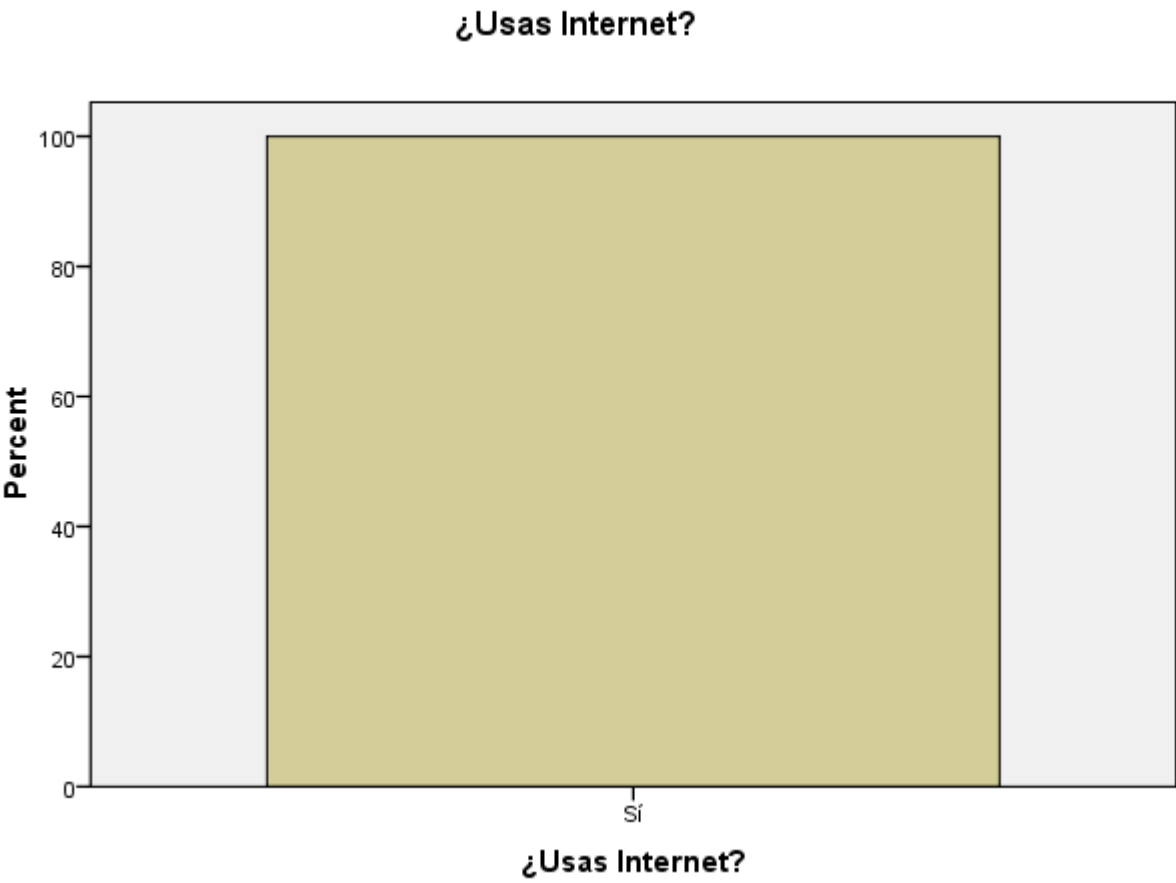
ANEXOS F



ANEXOS F

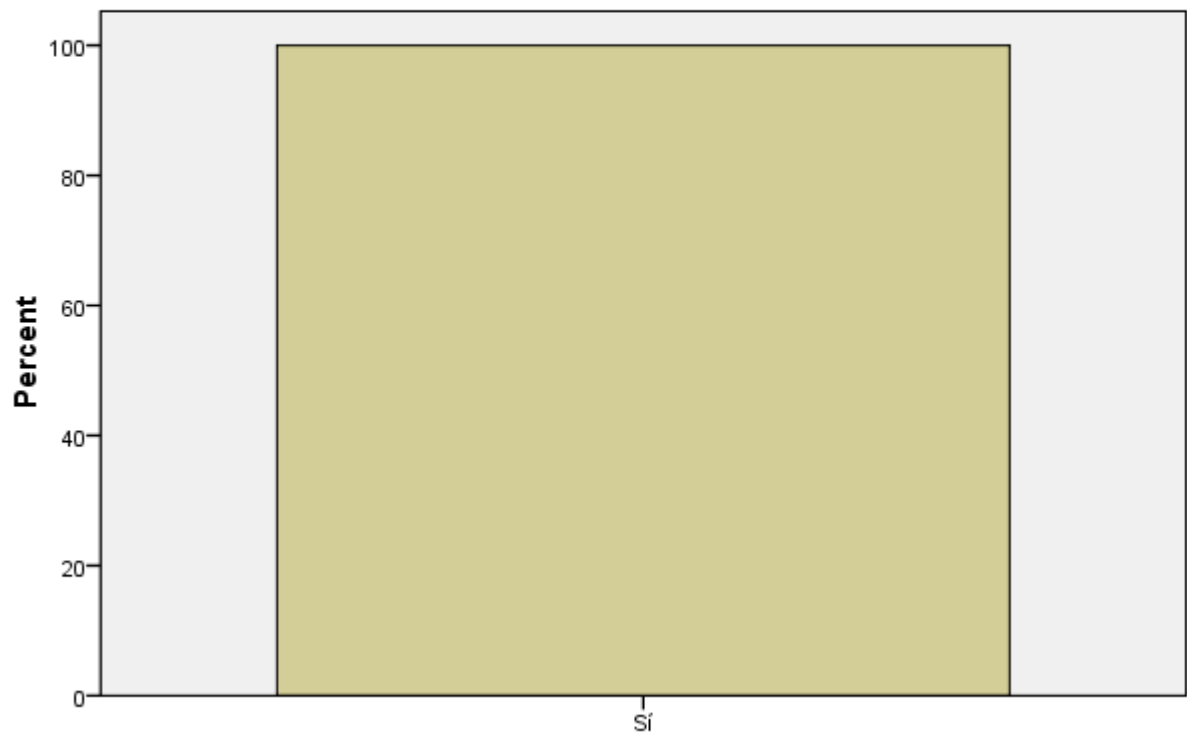


ANEXOS F



ANEXOS F

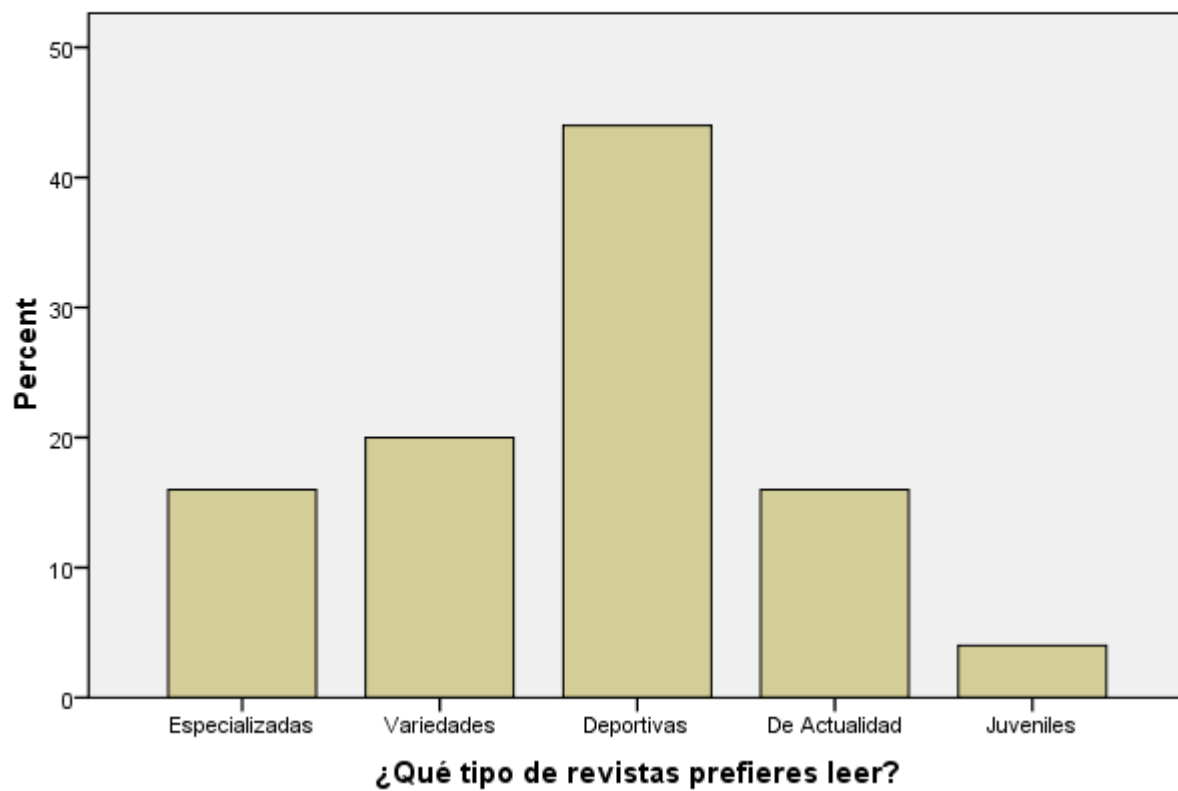
¿Lees revistas?



¿Lees revistas?

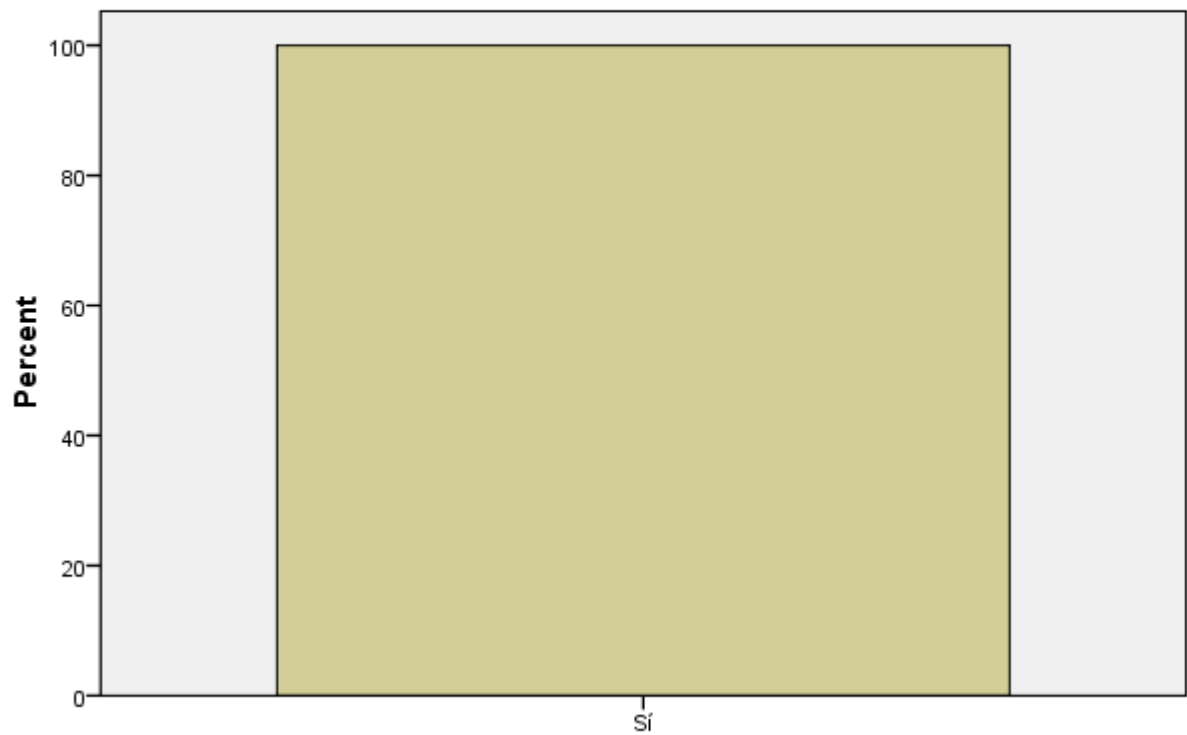
ANEXOS F

¿Qué tipo de revistas prefieres leer?



ANEXOS F

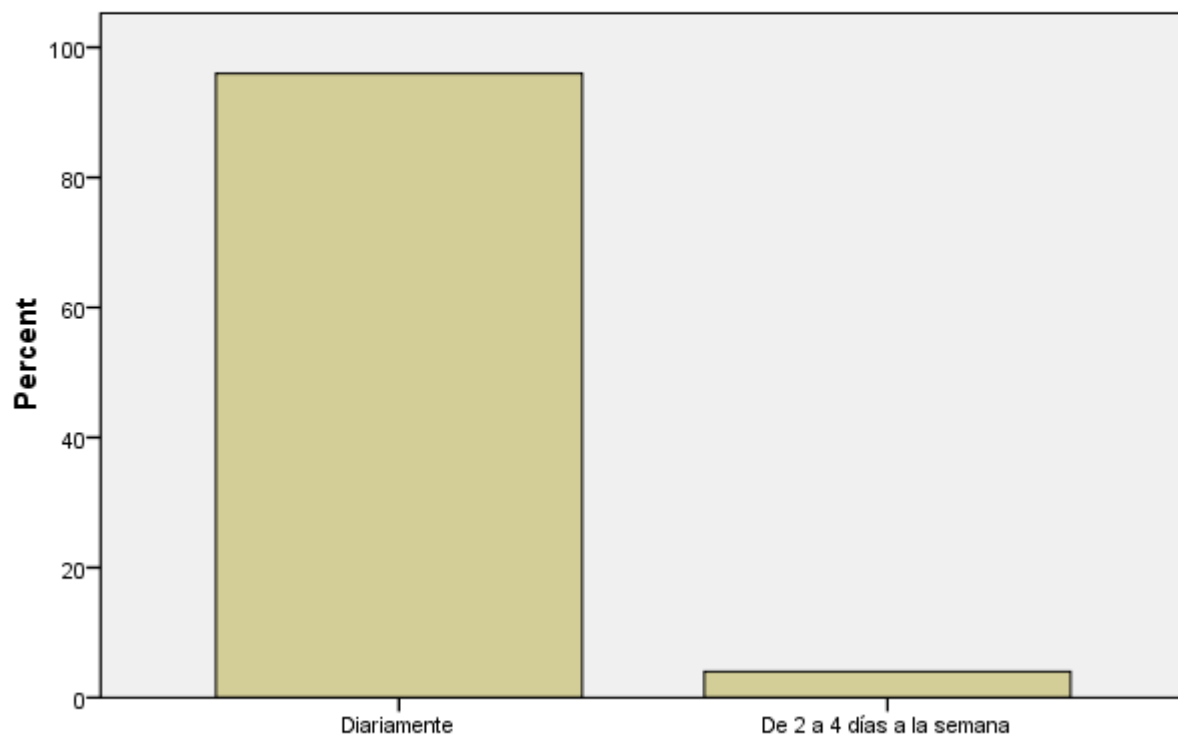
¿Posees Internet en tu casa?



¿Posees Internet en tu casa?

ANEXOS F

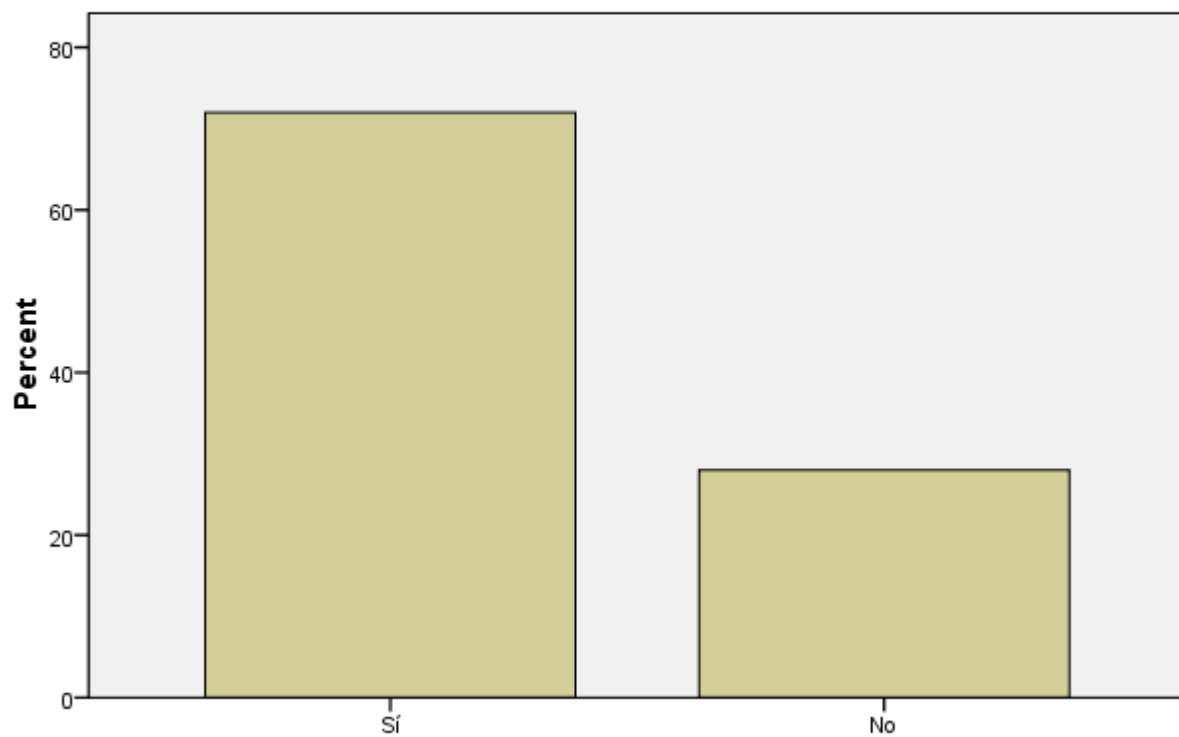
¿Con qué frecuencia utilizas Internet?



¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

ANEXOS F

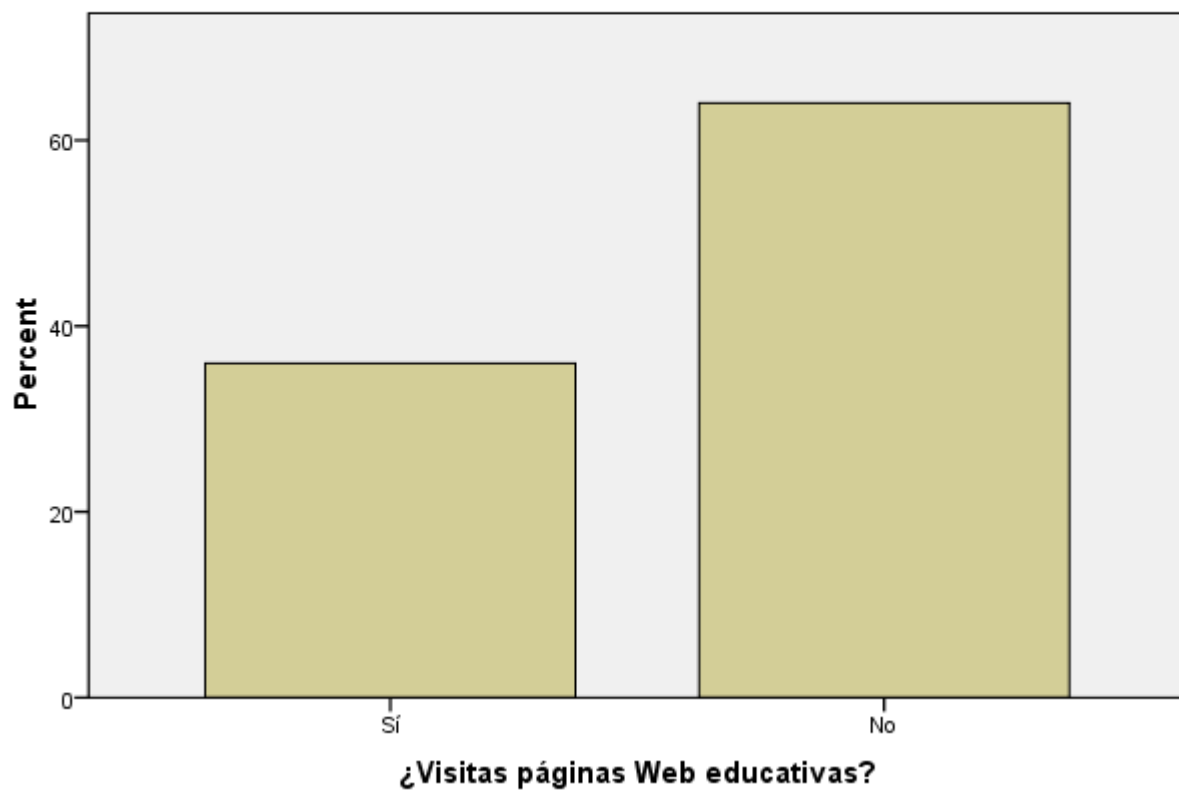
¿Visitas páginas Web informativas?



¿Visitas páginas Web informativas?

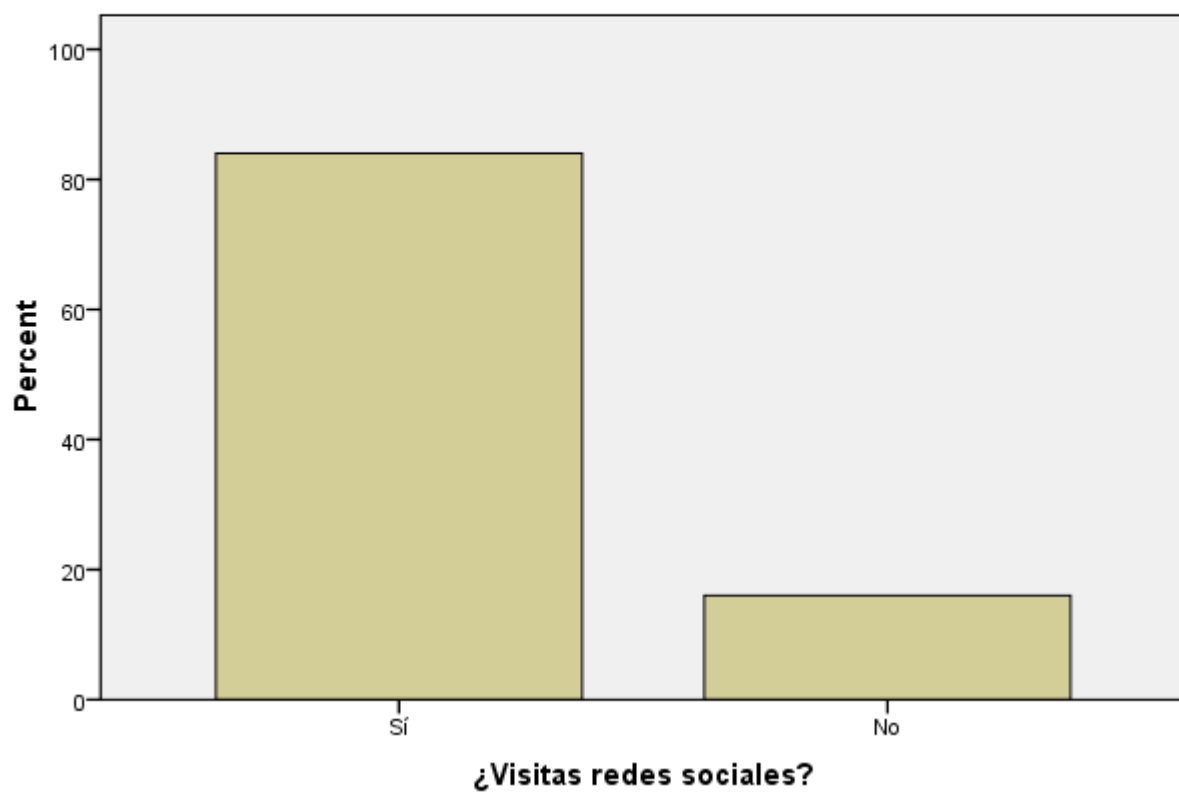
ANEXOS F

¿Visitas páginas Web educativas?



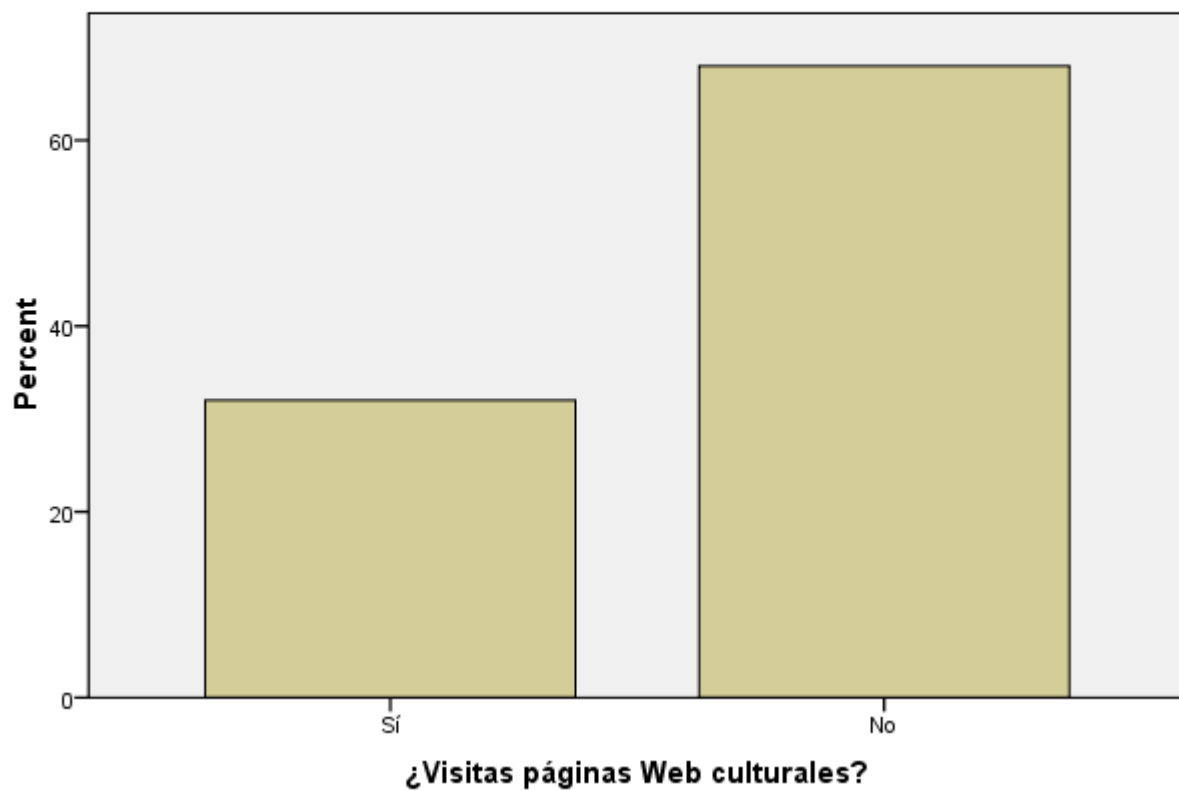
ANEXOS F

¿Visitas redes sociales?



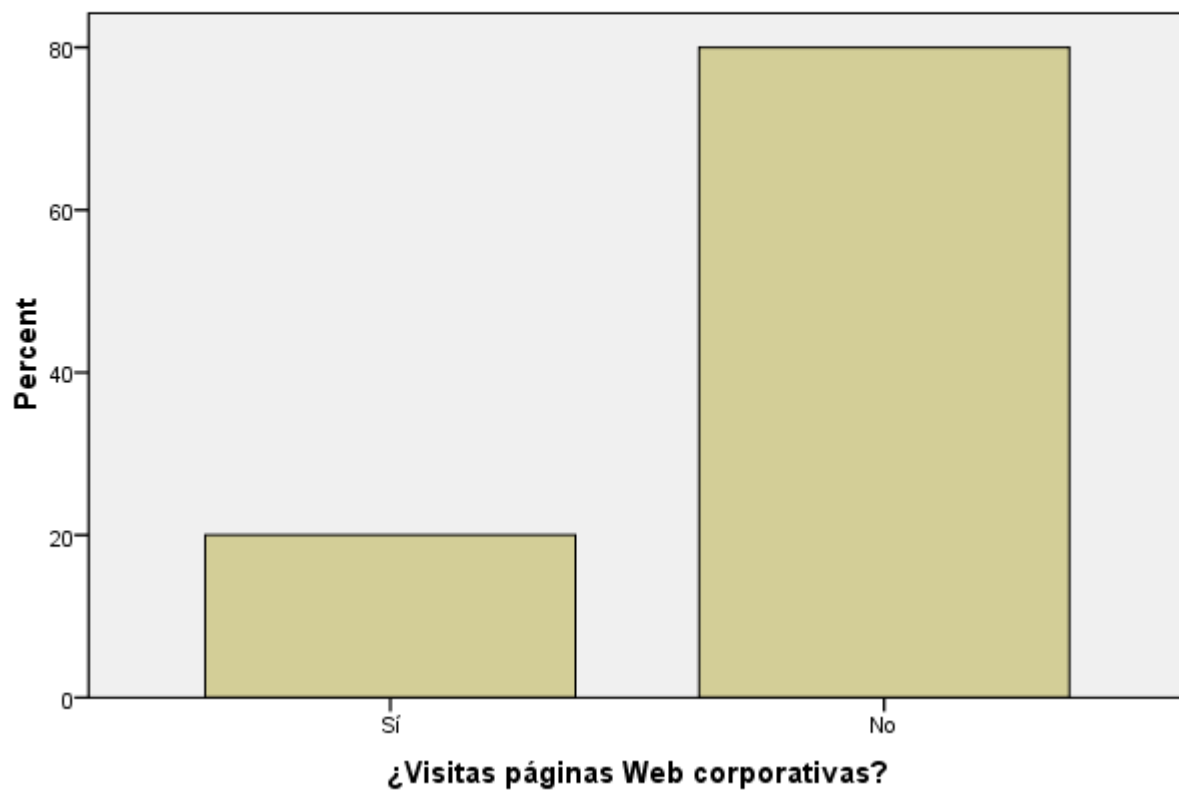
ANEXOS F

¿Visitas páginas Web culturales?



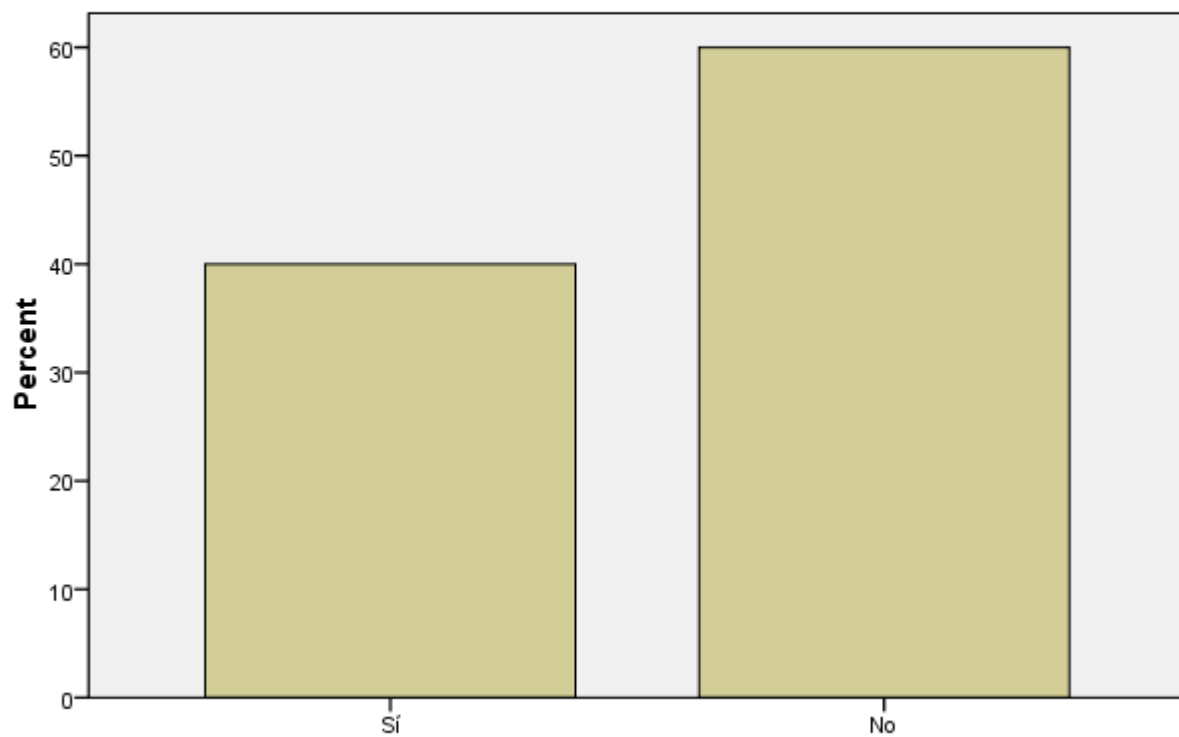
ANEXOS F

¿Visitas páginas Web corporativas?



ANEXOS F

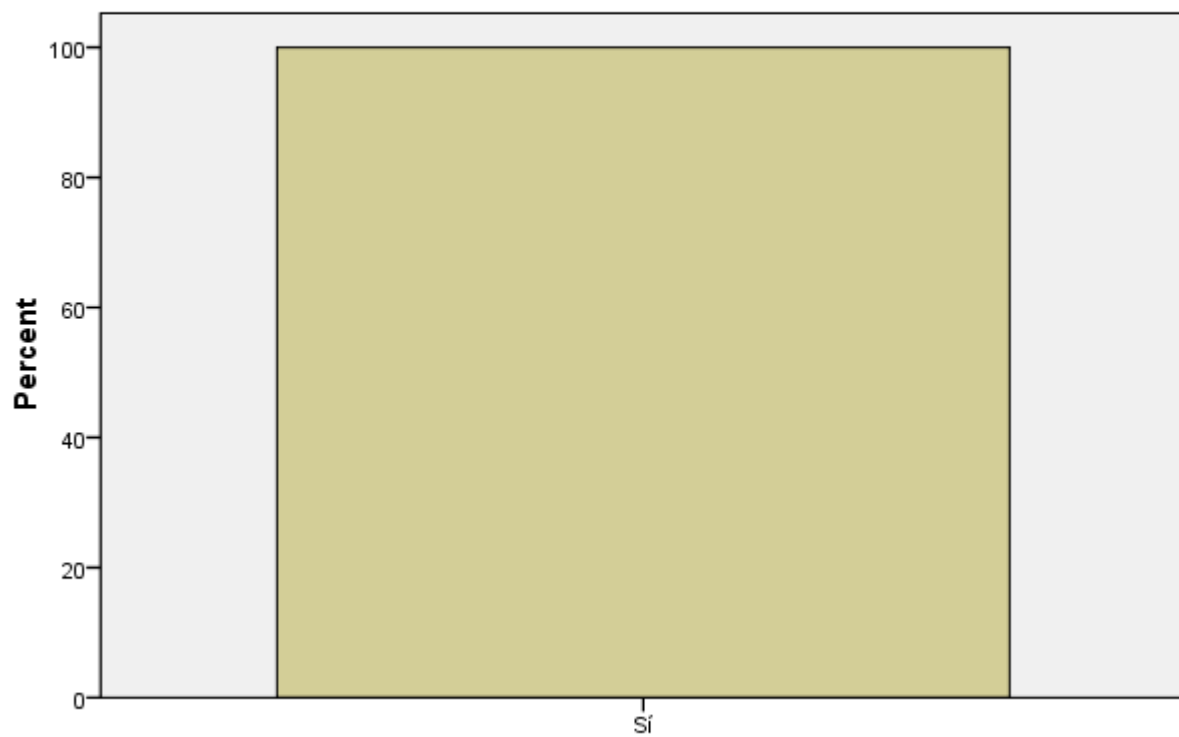
¿Alguna vez has leído una revista digital?



¿Alguna vez has leído una revista digital?

ANEXOS F

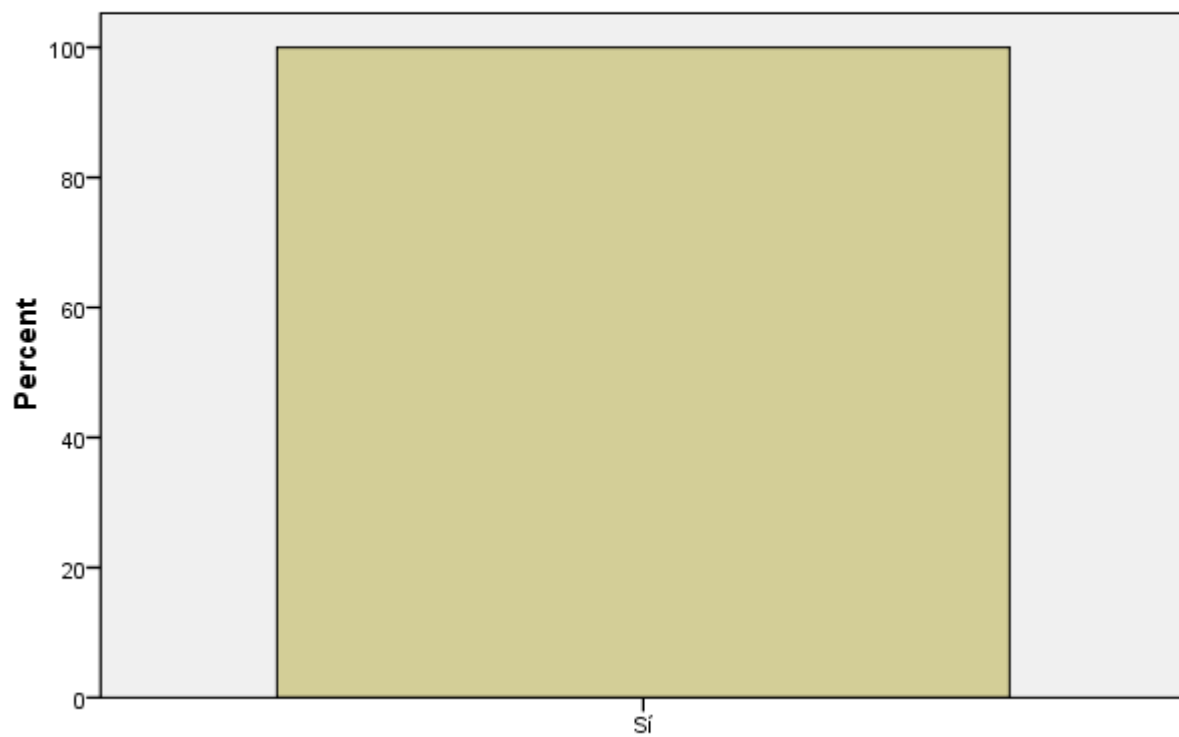
¿Conoces la revista digital Vida Extrema?



¿Conoces la revista digital Vida Extrema?

ANEXOS F

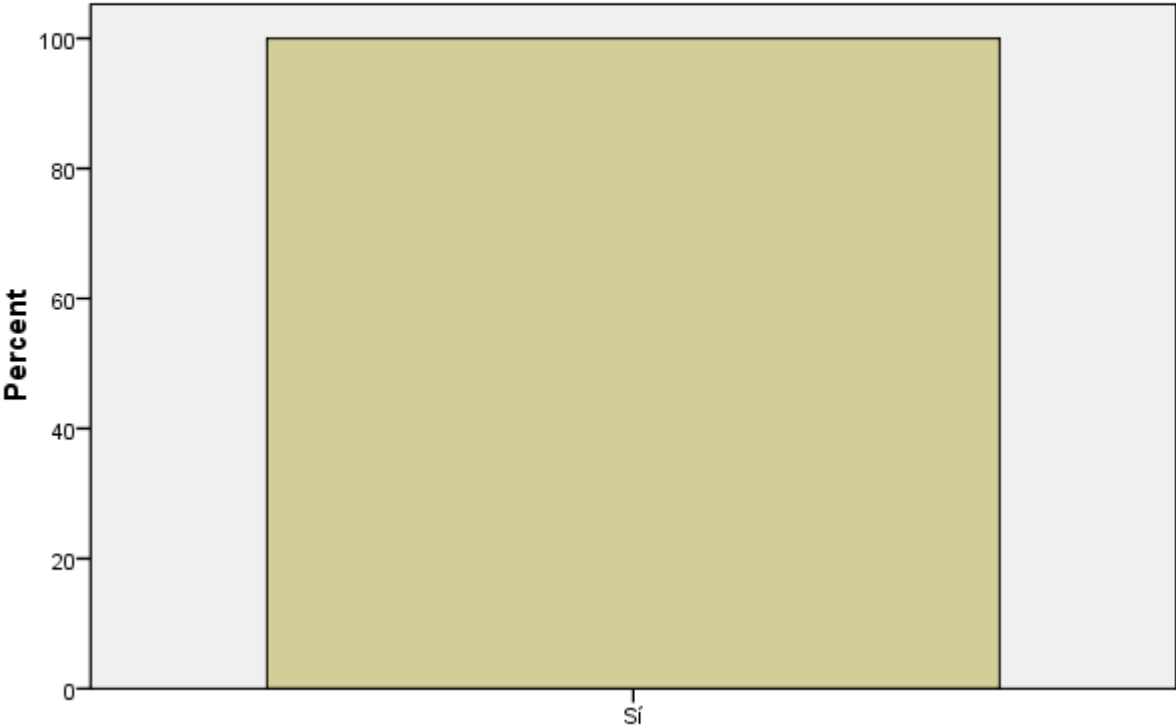
¿Conoces la revista digital Rolling Stone Magazine?



¿Conoces la revista digital Rolling Stone Magazine?

ANEXOS F

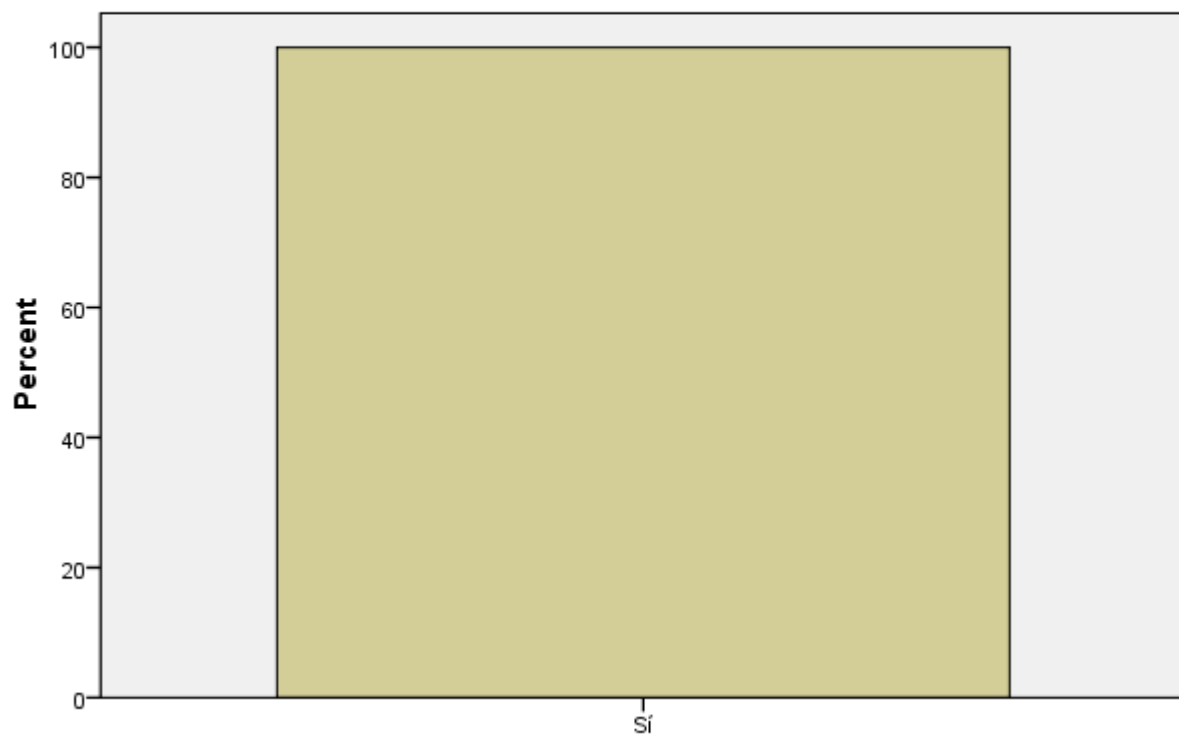
¿Conoces la revista digital Marca?



¿Conoces la revista digital Marca?

ANEXOS F

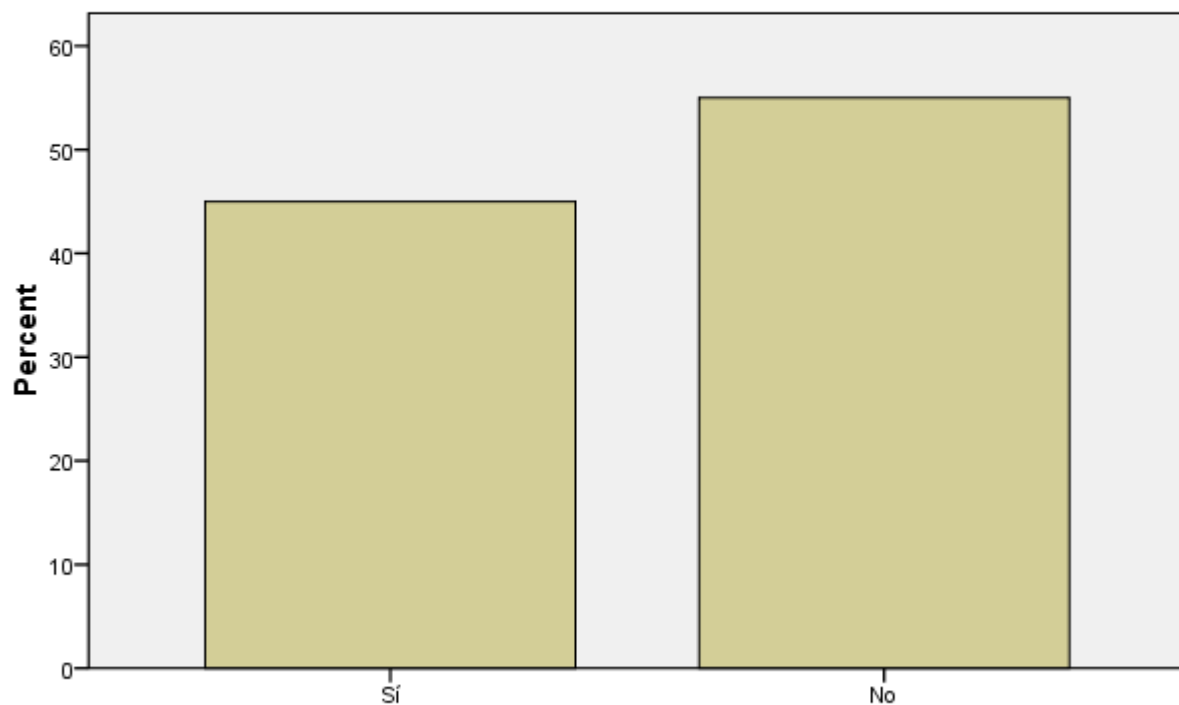
¿Conoces la revista digital 7 Capas?



¿Conoces la revista digital 7 Capas?

ANEXOS F

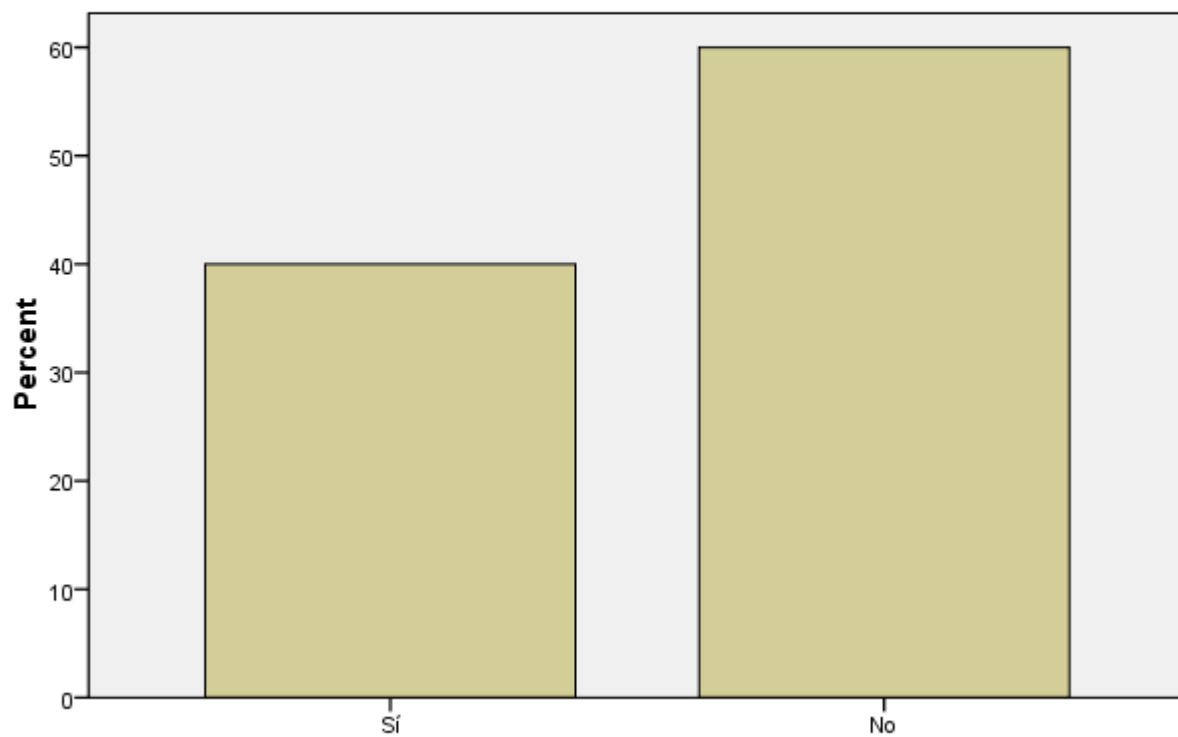
¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?



¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

ANEXOS F

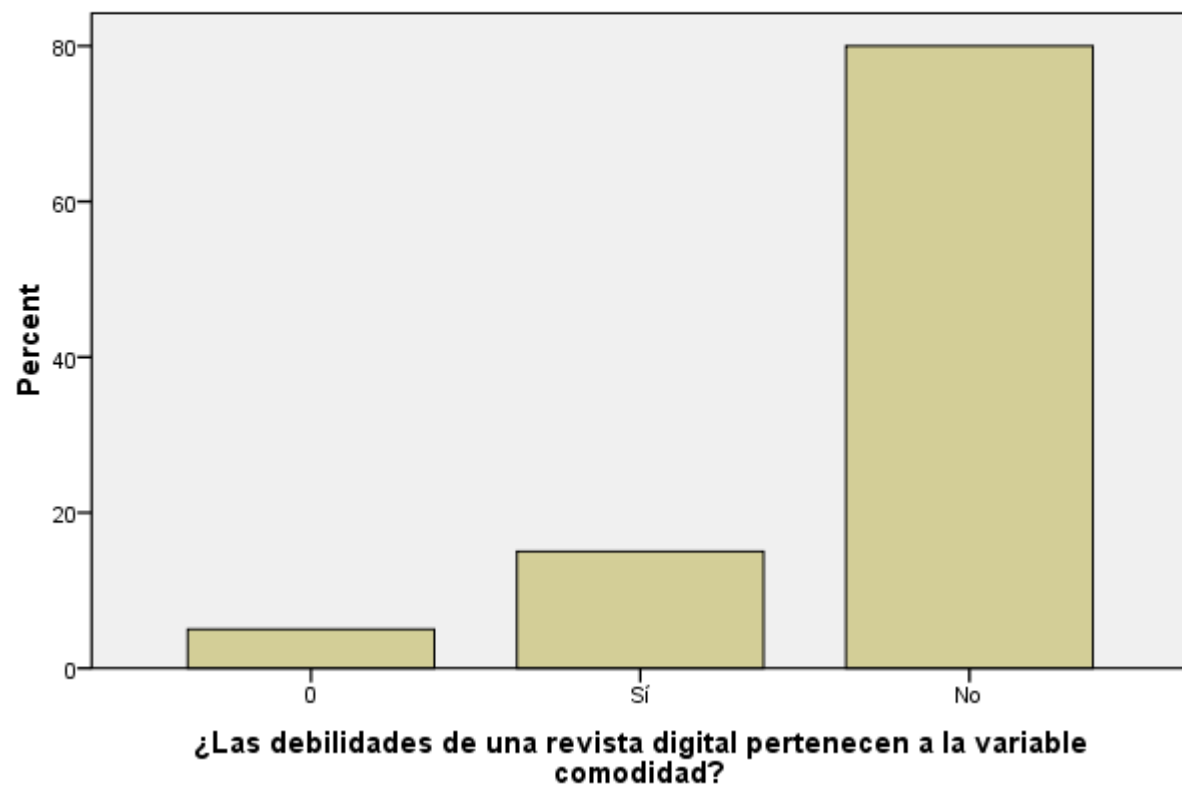
¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?



¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

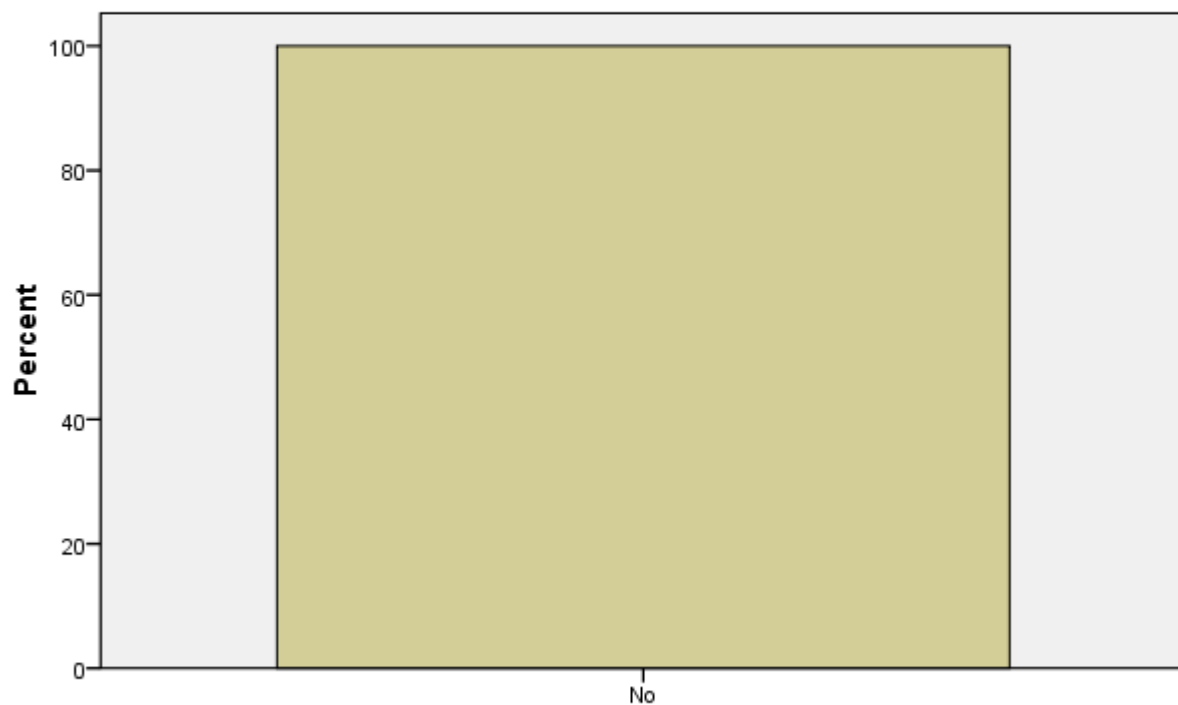
ANEXOS F

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?



ANEXOS F

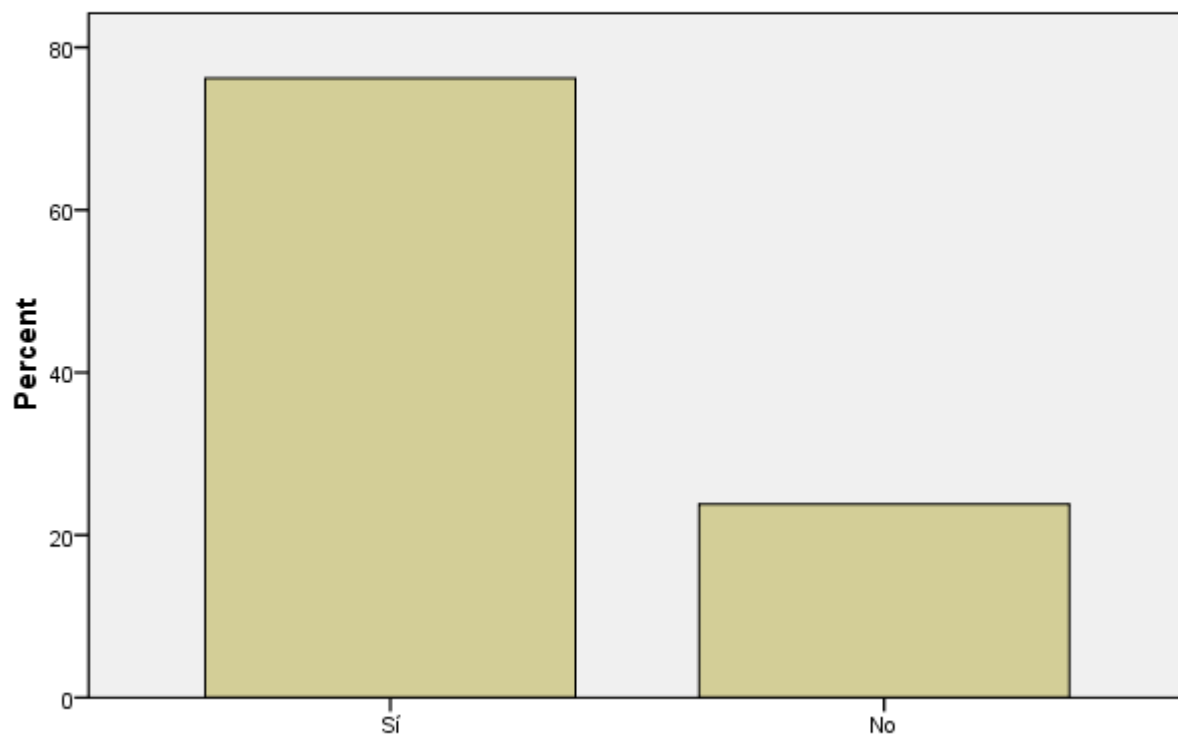
¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?



¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

ANEXOS F

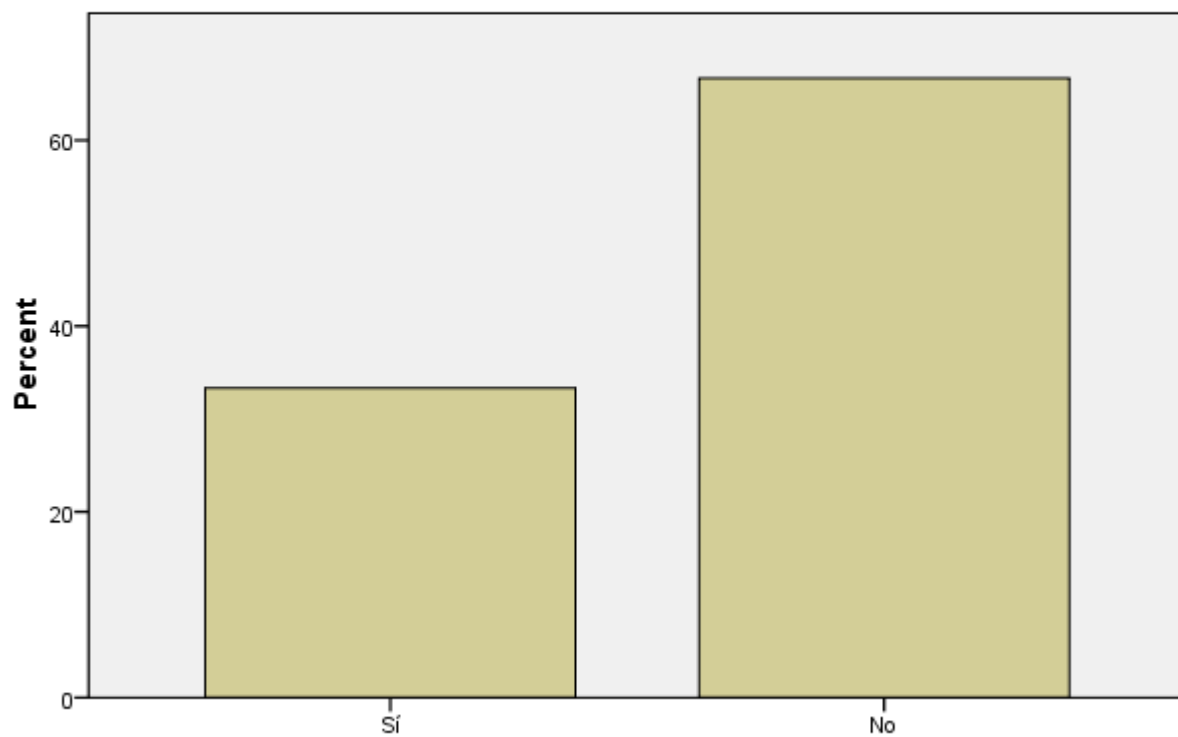
¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?



¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

ANEXOS F

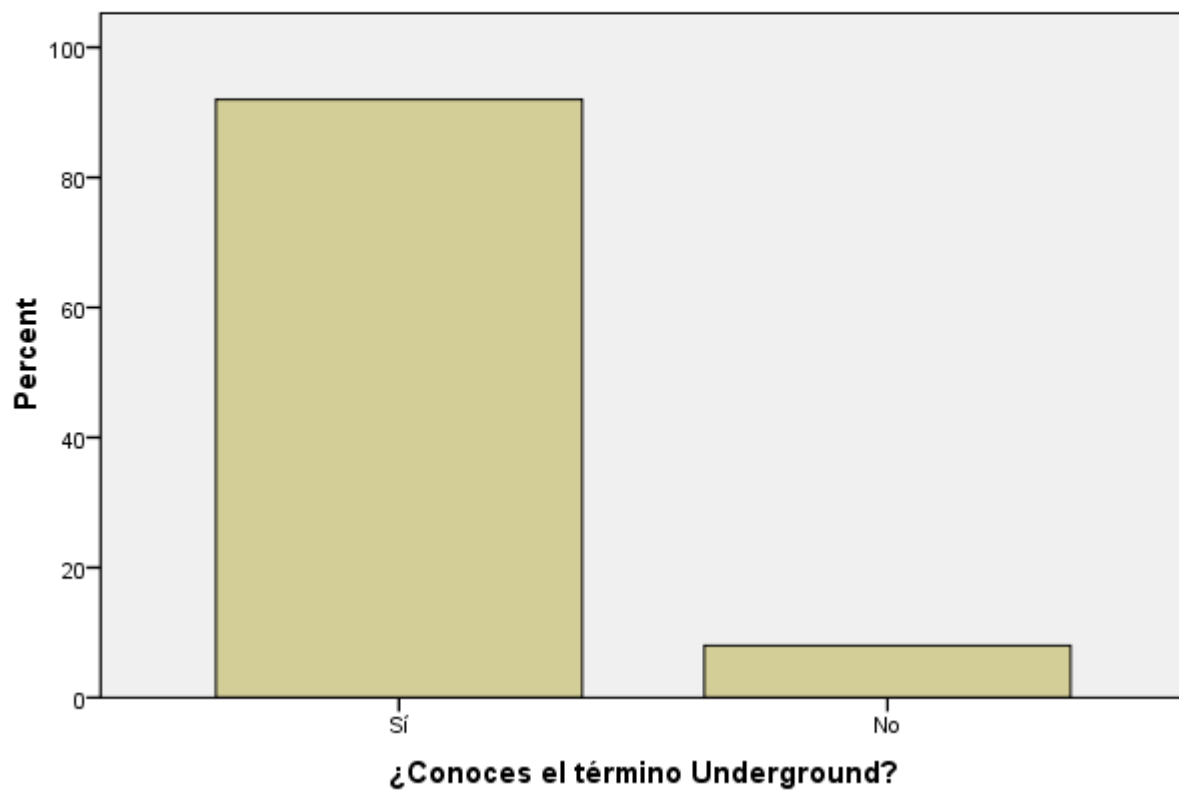
¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?



¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

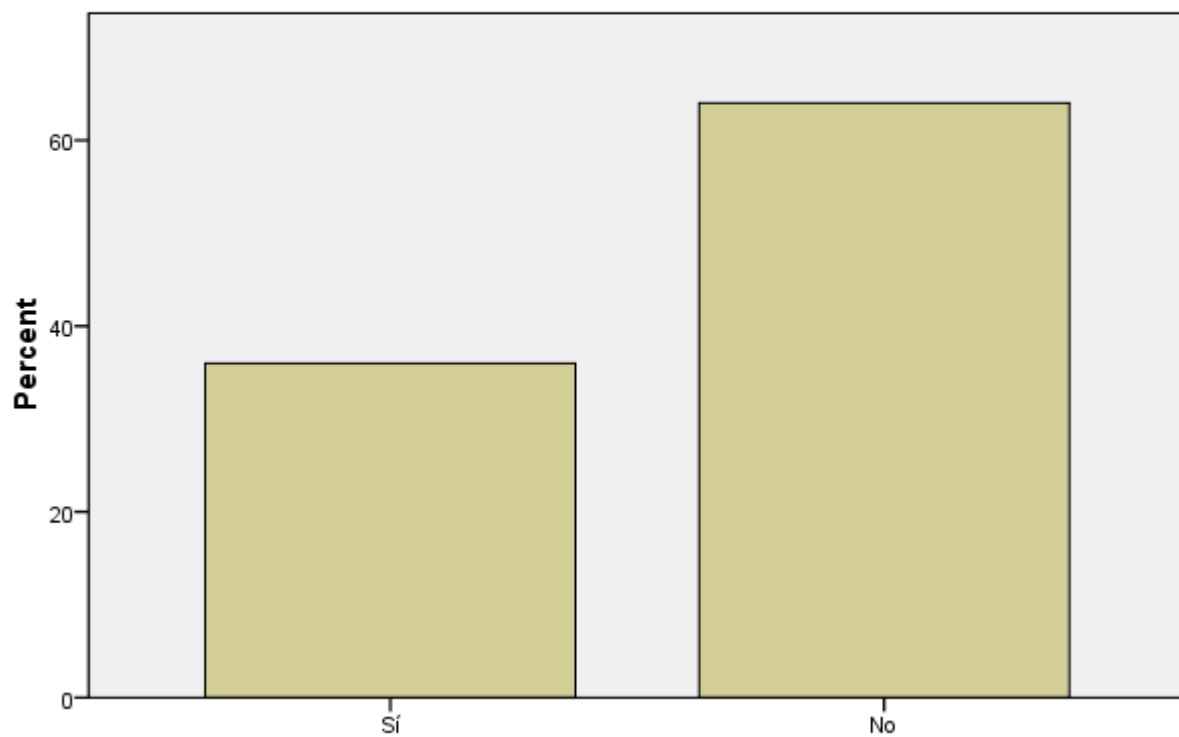
ANEXOS F

¿Conoces el término Underground?



ANEXOS F

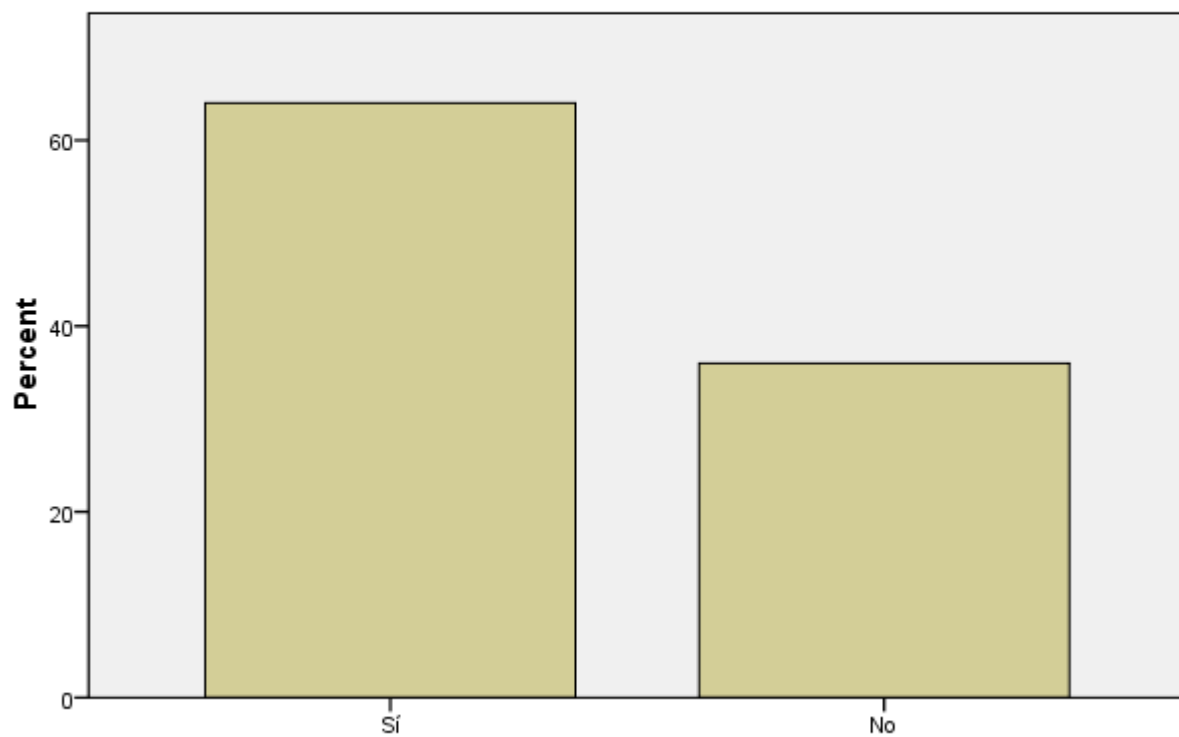
¿Te identificas con este estilo?



¿Te identificas con este estilo?

ANEXOS F

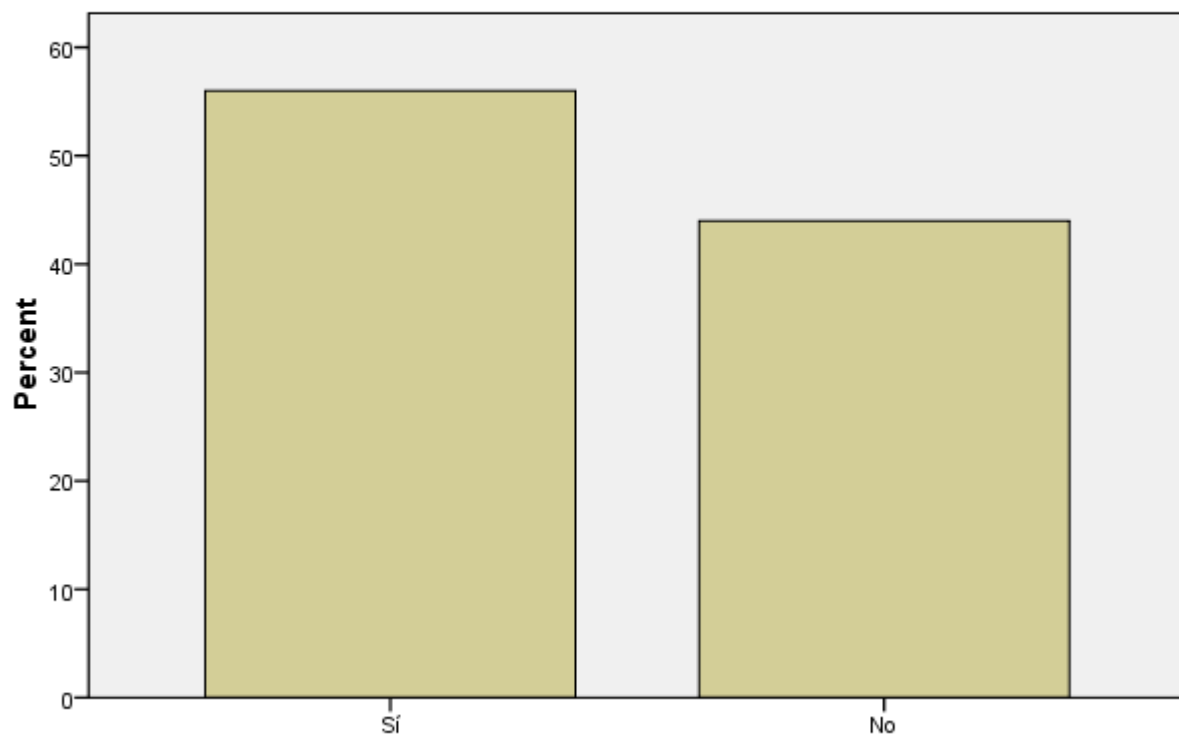
¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?



¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

ANEXOS F

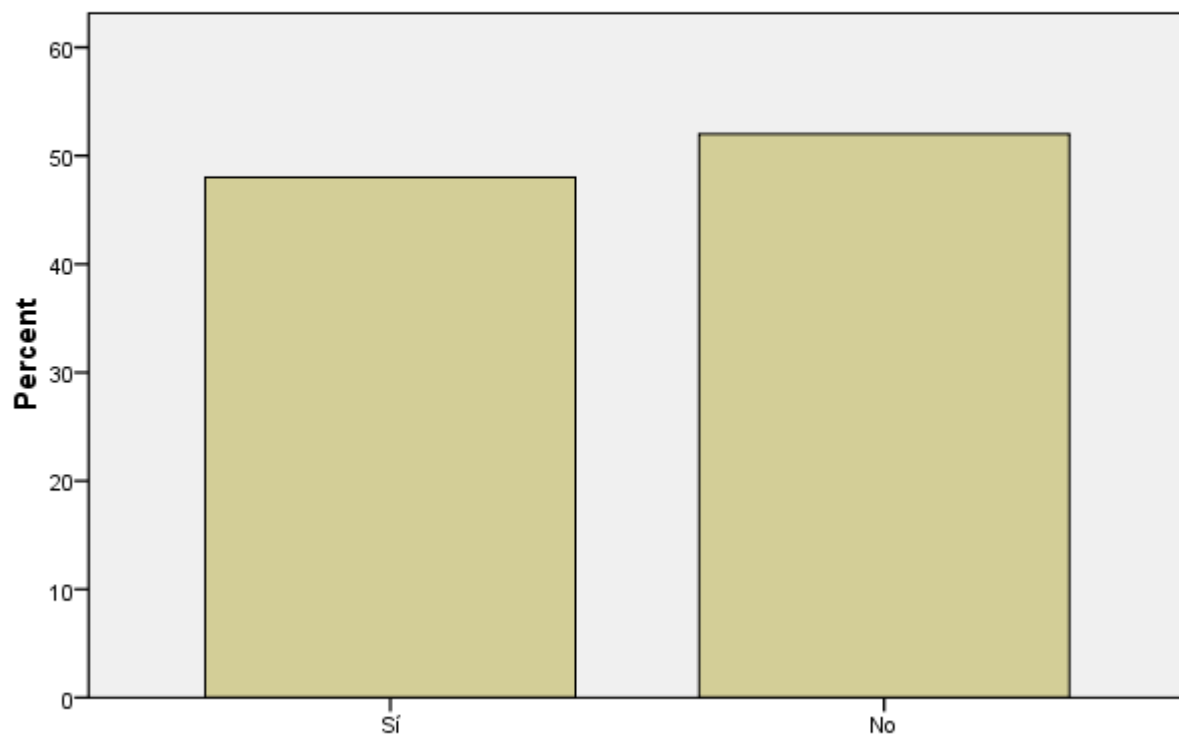
¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?



¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

ANEXOS F

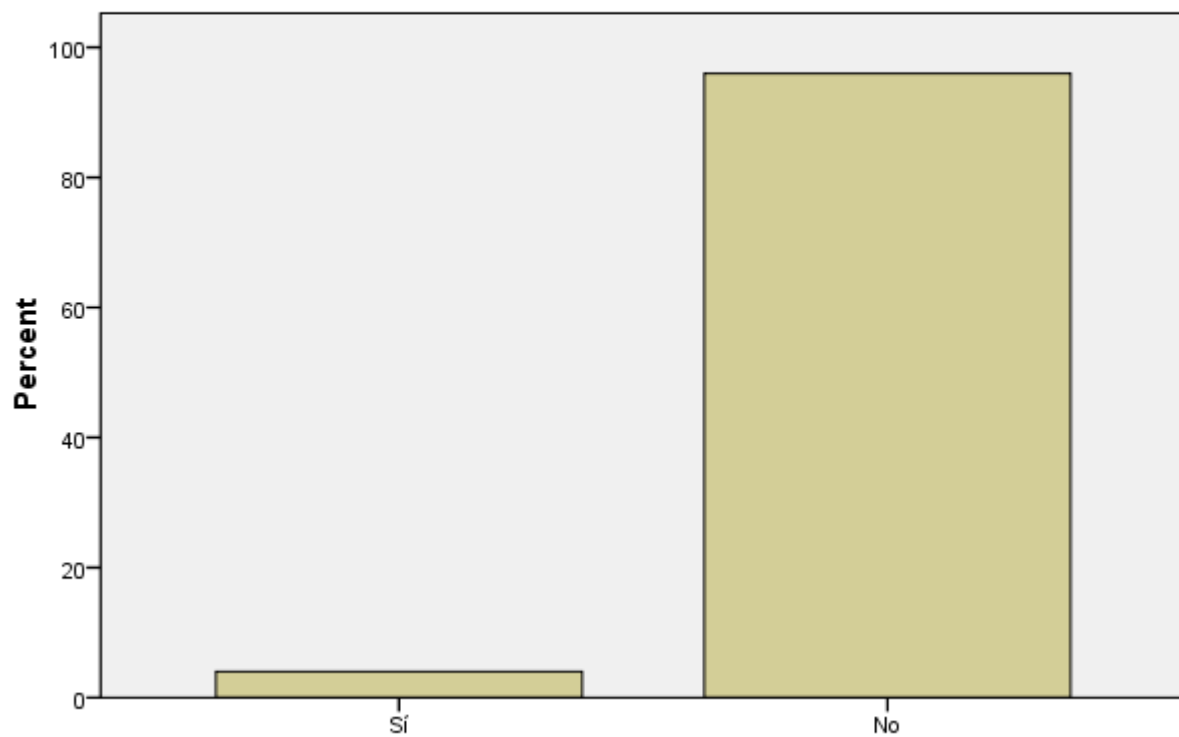
¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?



¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?

ANEXOS F

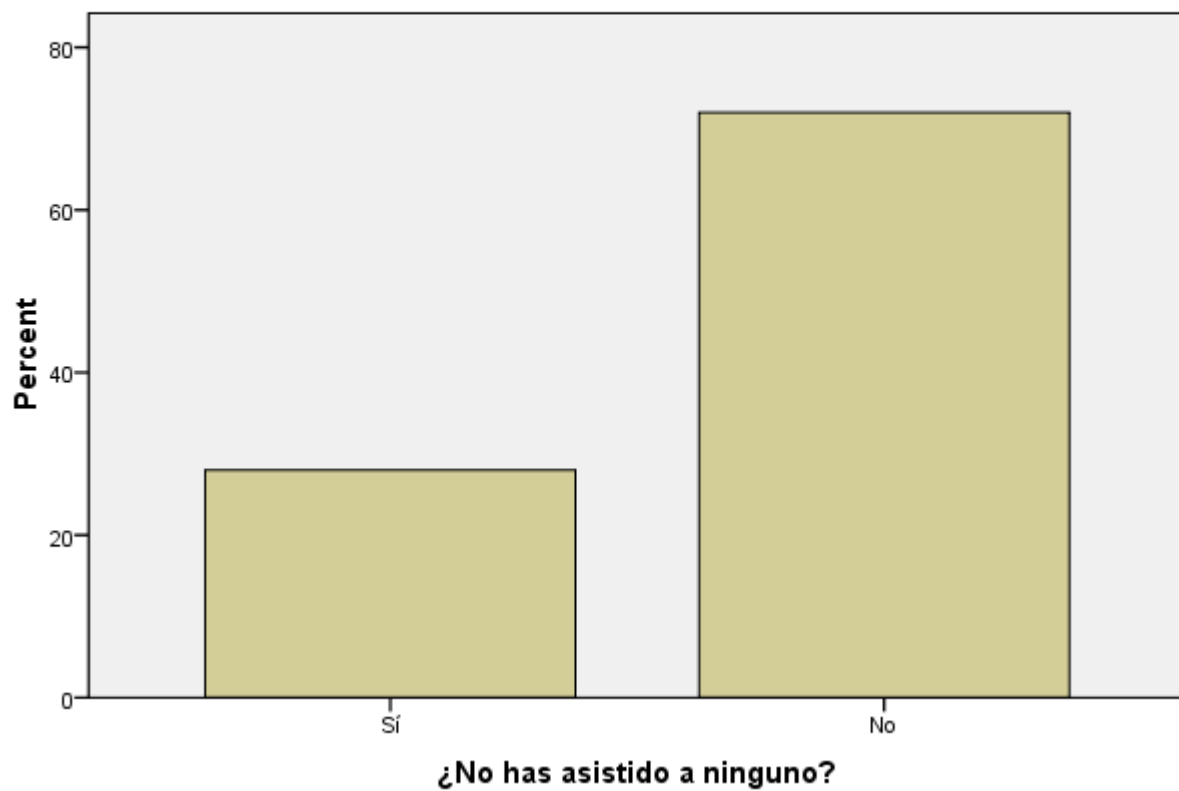
¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?



¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

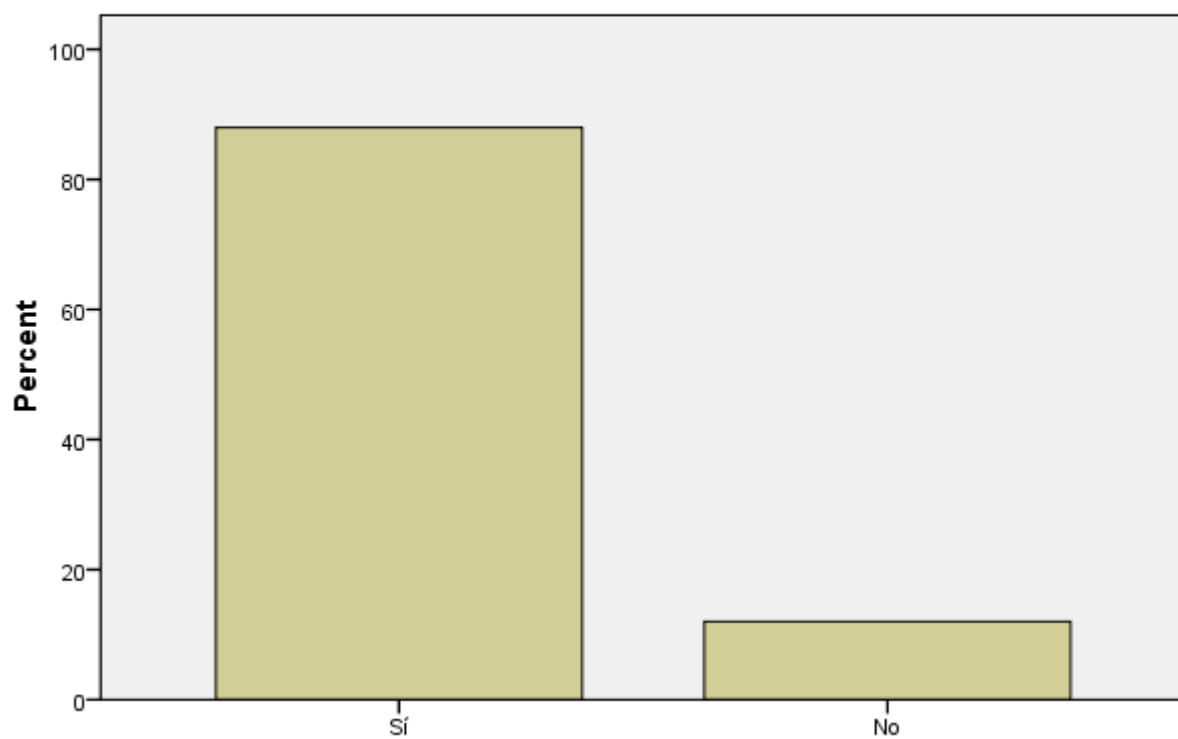
ANEXOS F

¿No has asistido a ninguno?



ANEXOS F

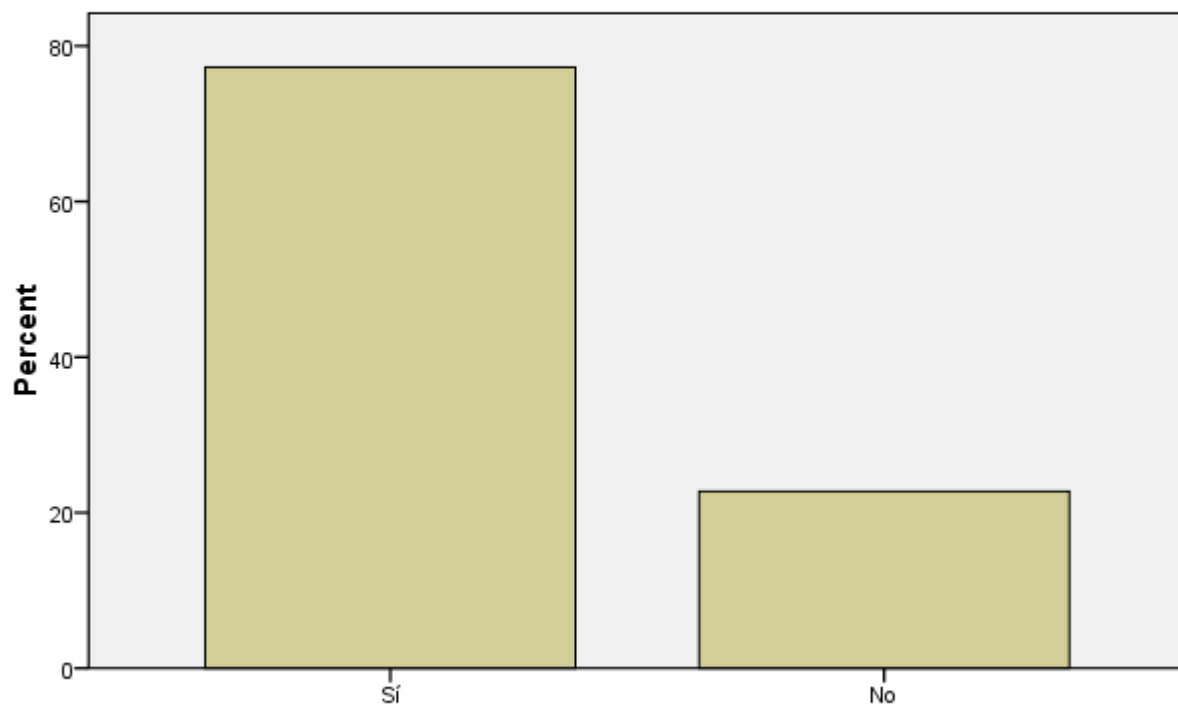
¿Leerías una revista digital de corte underground?



¿Leerías una revista digital de corte underground?

ANEXOS F

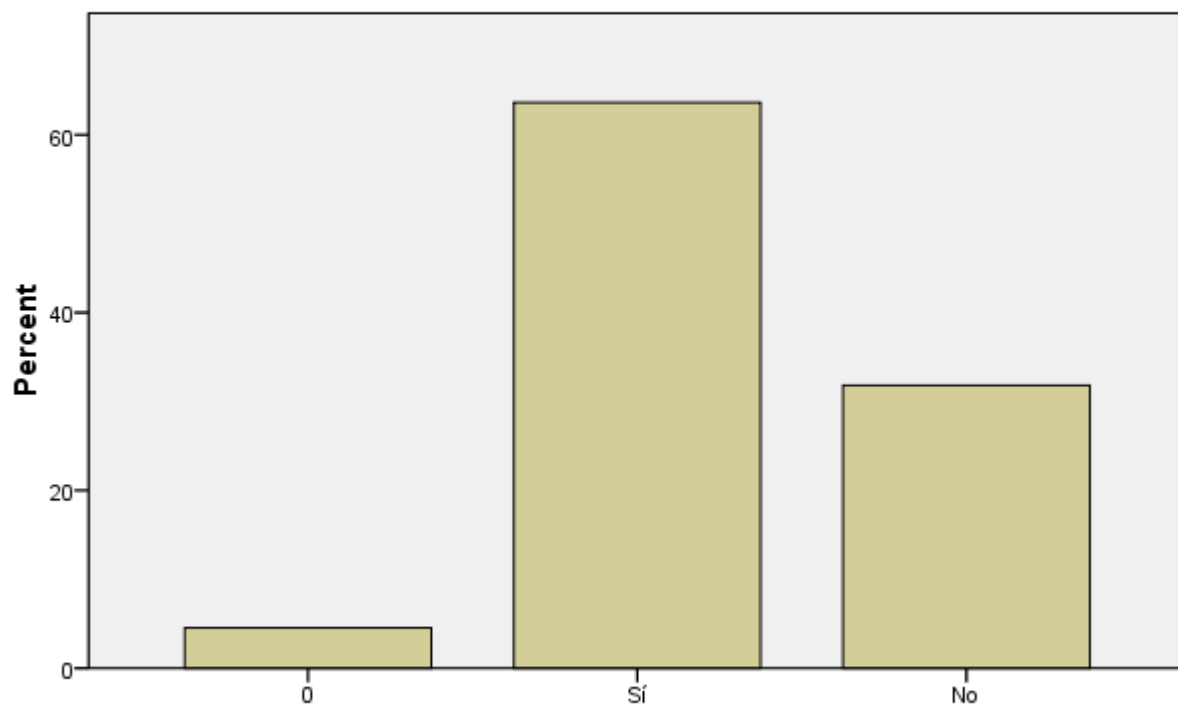
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?

ANEXOS F

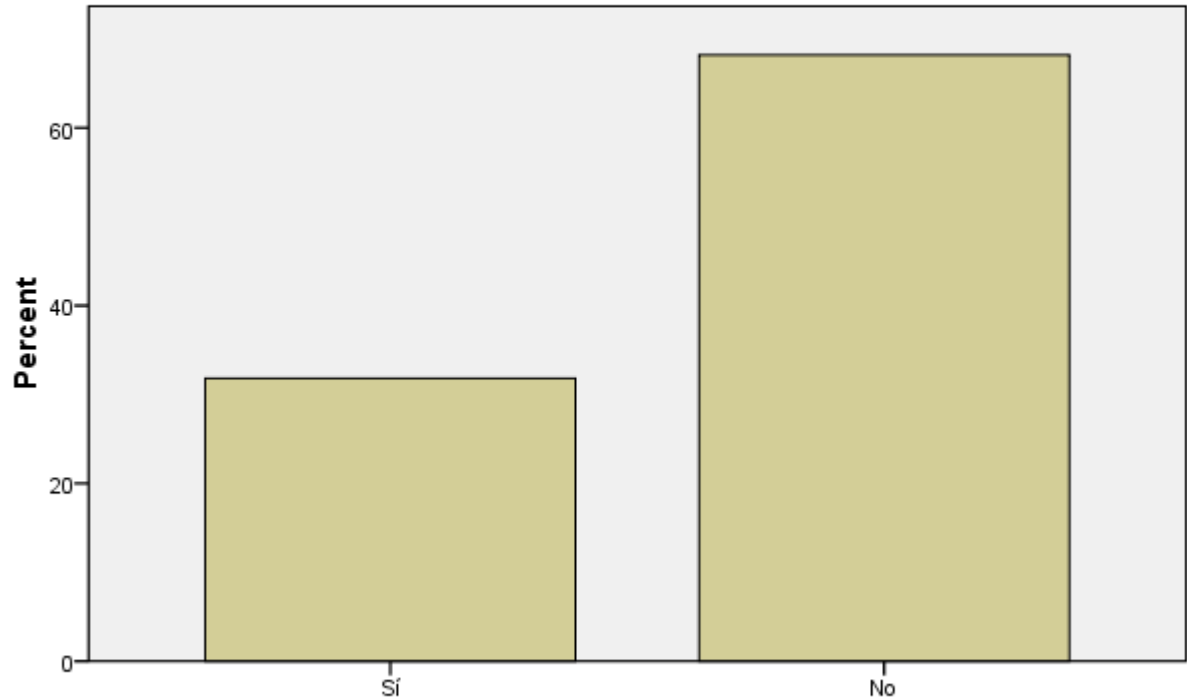
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?

ANEXOS F

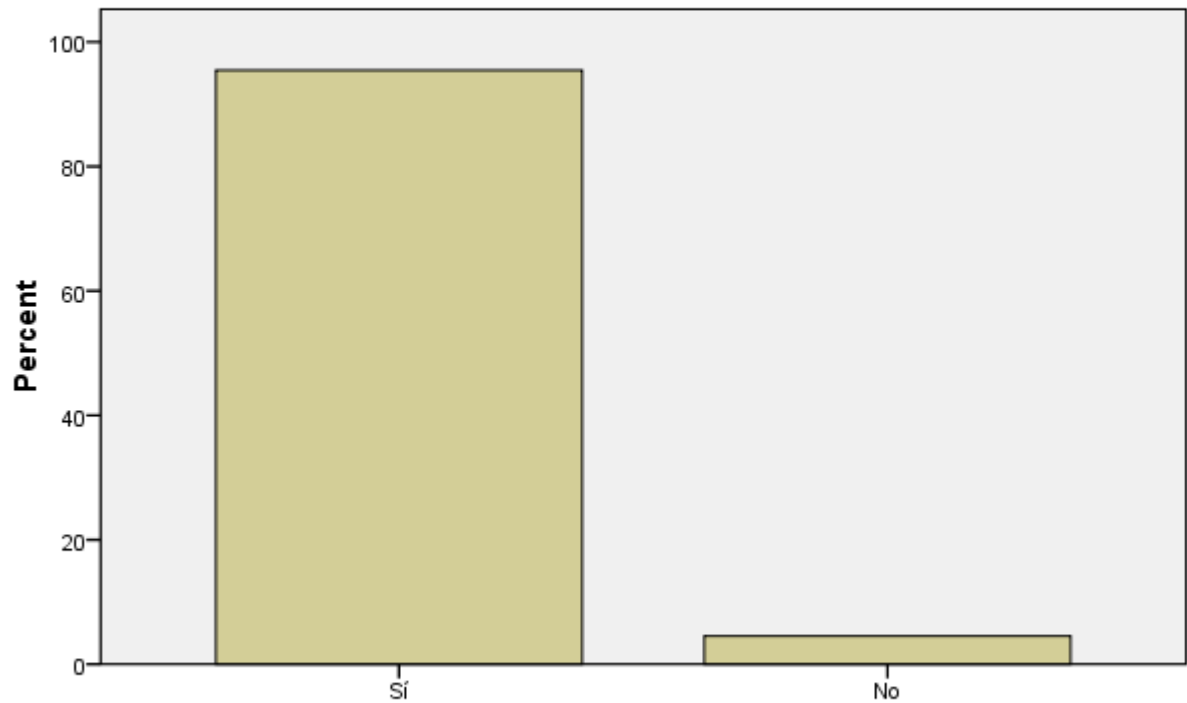
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?

ANEXOS F

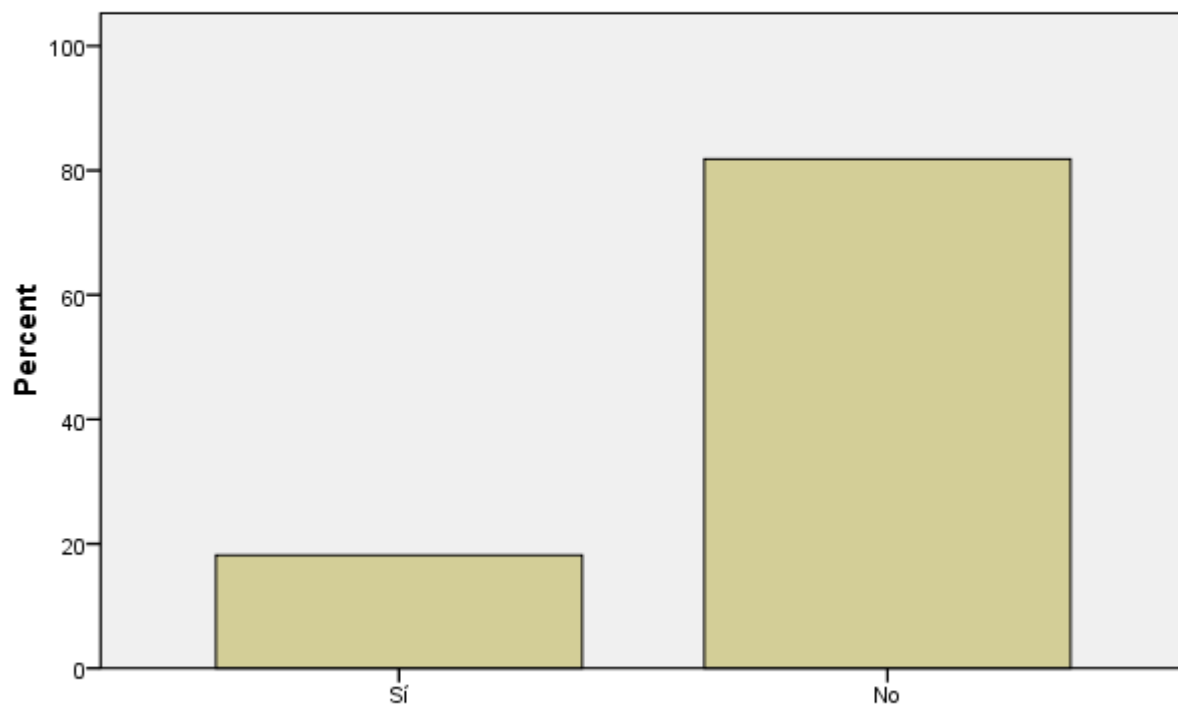
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?

ANEXOS F

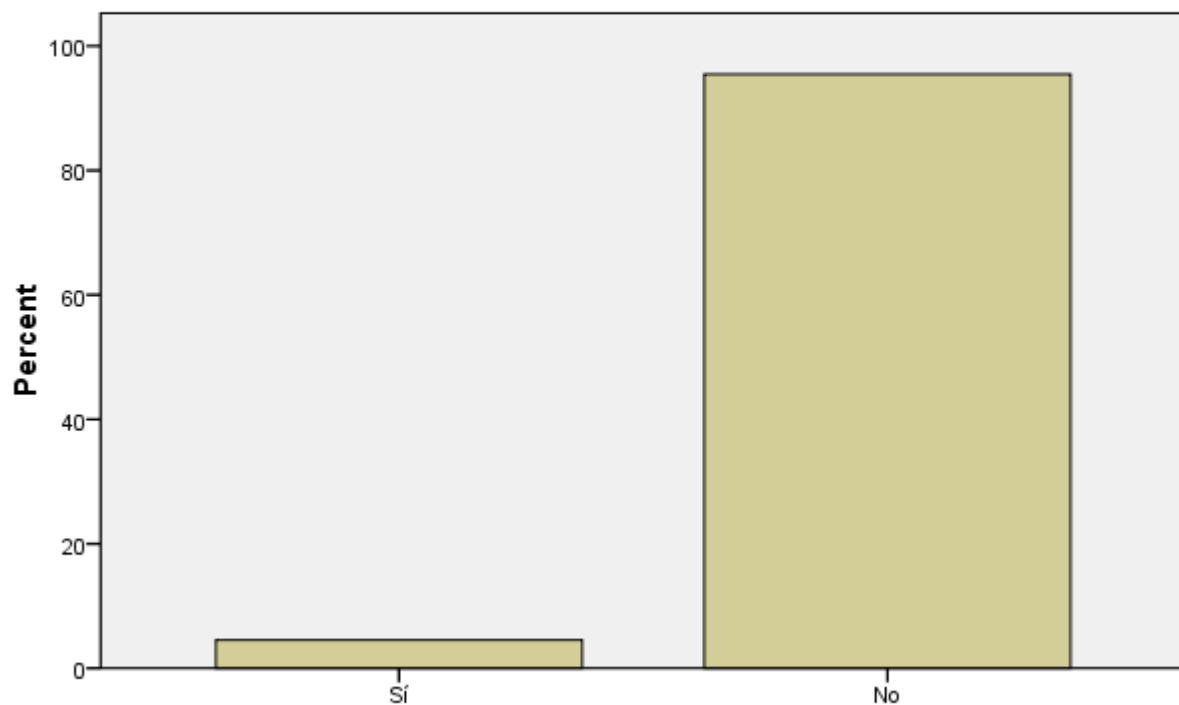
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?

ANEXOS F

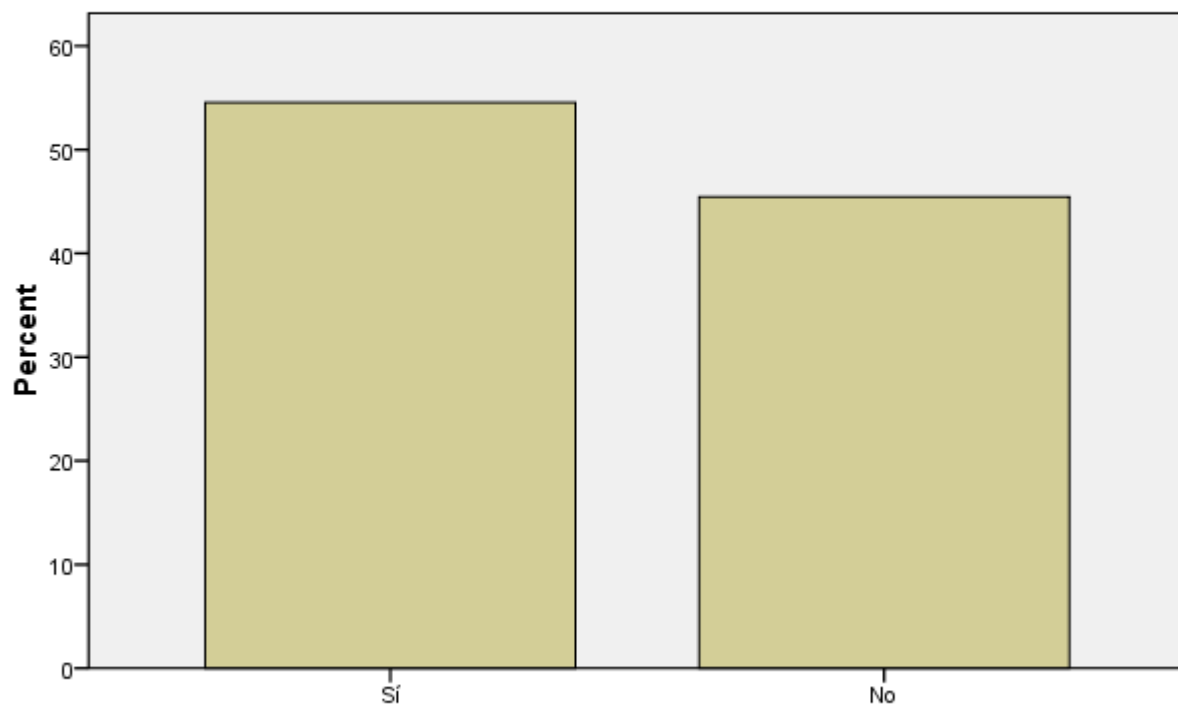
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?

ANEXOS F

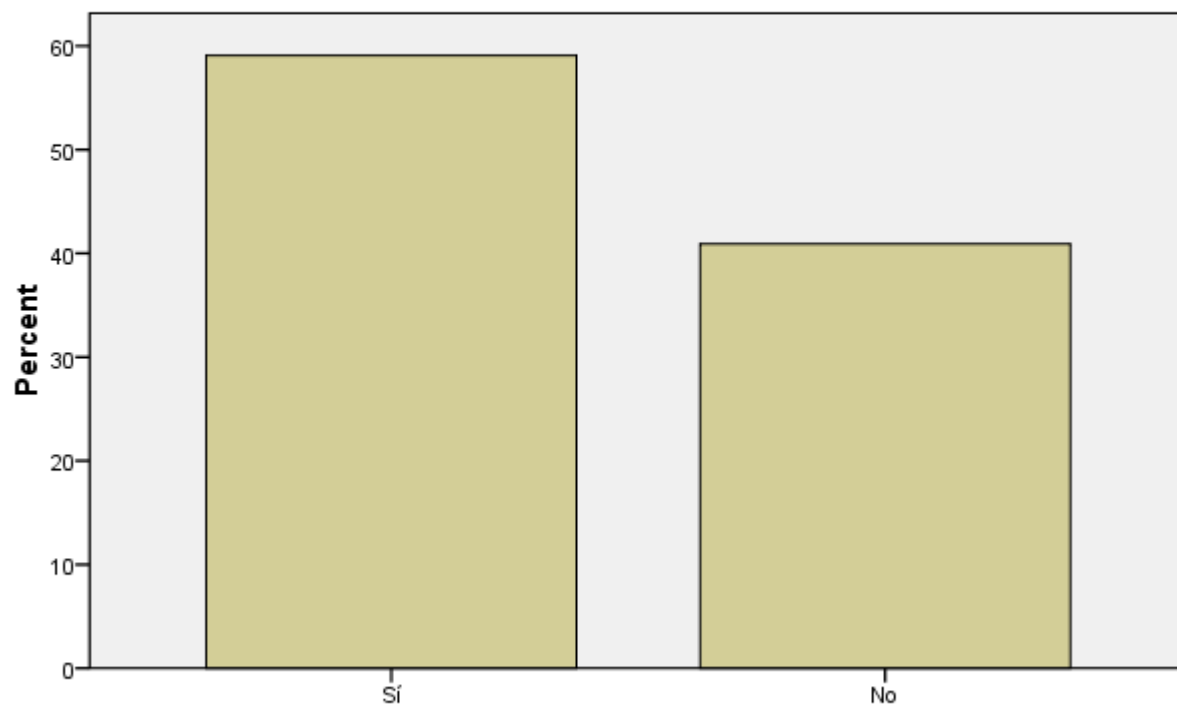
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?

ANEXOS F

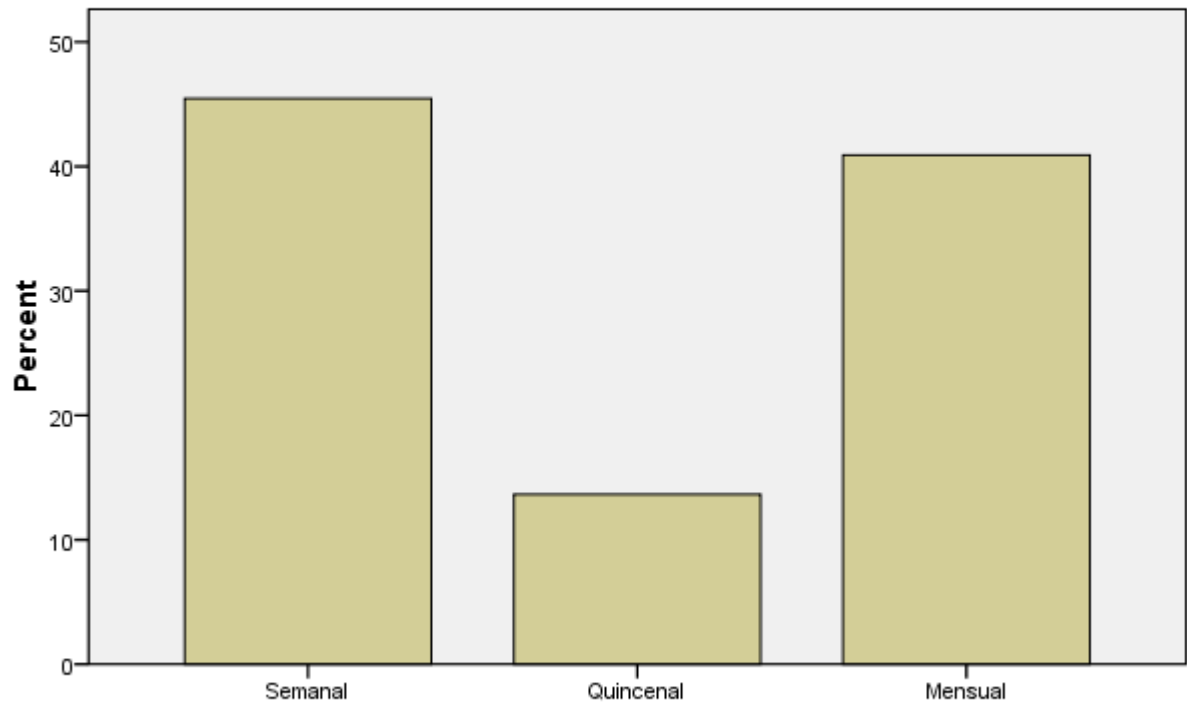
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?

ANEXOS F

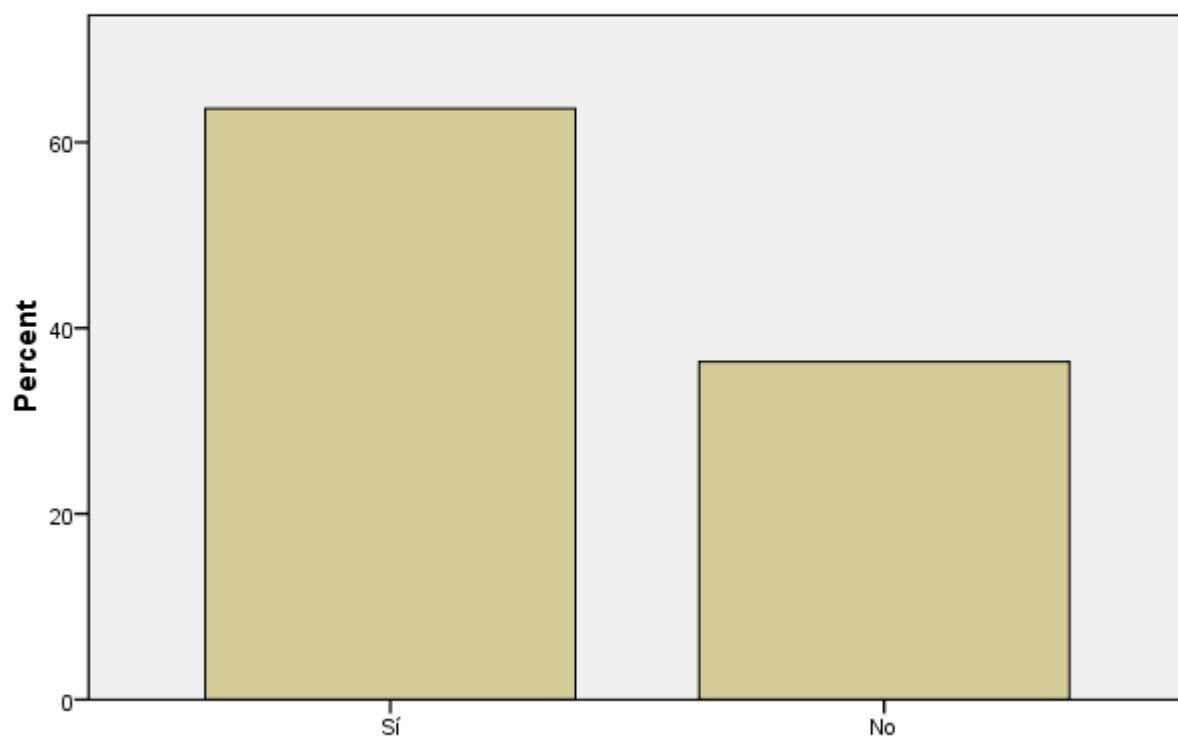
¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?



¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

ANEXOS F

¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?



¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

ANEXOS G

Statistics

		Edad	Sexo	¿Usas Internet?	¿Lees revistas?	¿Qué tipo de revistas prefieres leer?
N	Valid	25	25	25	25	25
	Missing	0	0	0	0	0

Statistics

		¿Posees Internet en tu casa?	¿Con qué frecuencia utilizas Internet?	¿Visitas páginas Web informativas?	¿Visitas páginas Web educativas?	¿Visitas redes sociales?
N	Valid	25	25	25	25	25
	Missing	0	0	0	0	0

Statistics

		¿Visitas páginas Web culturales?	¿Visitas páginas Web corporativas?	¿Alguna vez has leído una revista digital?	¿Conoces la revista digital Tú en Línea?	¿Conoces la revista digital Tendencias 21?
N	Valid	25	25	25	1	0
	Missing	0	0	0	24	25

Statistics

		¿Conoces la revista digital ProDavinci?	¿Conoces la revista digital ZP Magazine?	¿Conoces la revista digital Distorxion?	¿Conoces la revista digital Bazar?	¿Conoces la revista digital Vouge?
N	Valid	0	0	1	0	0
	Missing	25	25	24	25	25

Statistics

		¿Conoces la revista digital IFAB?	¿Conoces la revista digital CyZone?	¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?	¿Conoces la revista digital BBC?	¿Conoces la revista digital Interamericana de Bibliotecología?
N	Valid	0	0	0	0	0
	Missing	25	25	25	25	25

ANEXOS G

Statistics

		¿Conoces la revista digital Entre Rayas?	¿Conoces la revista digital Metapolítica?	¿Conoces la revista digital Ecoinvest?	¿Conoces la revista digital Glamour?	¿Conoces la revista digital PC World?
N	Valid	0	0	0	0	0
	Missing	25	25	25	25	25

Statistics

		¿Conoces la revista digital PC Magazine?	¿Conoces la revista digital Exceso?	¿Conoces la revista digital Mecánica Popular?	¿Conoces la revista digital Sport Life?	¿Conoces la revista digital Hola?
N	Valid	0	0	0	0	0
	Missing	25	25	25	25	25

Statistics

		¿Conoces la revista digital Geociencias?	¿Conoces la revista digital Estampas?	¿Conoces la revista digital Psicología Científica?	¿Conoces la revista digital Psicología on Line?	¿Conoces la revista digital El Salmón?
N	Valid	0	0	0	0	0
	Missing	25	25	25	25	25

Statistics

		¿Conoces la revista digital Orbis?	¿Conoces la revista digital Negotium?	¿Conoces la revista digital Guayoyo en Letras?	¿Conoces la revista digital Factum?	¿Conoces la revista digital Vanity Fair?
N	Valid	0	0	0	0	0
	Missing	25	25	25	25	25

Statistics

		¿Conoces la revista digital Photomagazine?	¿Conoces la revista digital Muheve?	¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?	¿Conoces la revista digital Pijama Surf?	¿Conoces la revista digital Letralia?
N	Valid	0	0	0	0	0
	Missing	25	25	25	25	25

ANEXOS G

Statistics

		¿Conoces la revista digital Dialnet?	¿Conoces la revista digital Plátano Verde?	¿Conoces la revista digital Comunicación?	¿Conoces la revista digital The Daily?	¿Conoces la revista digital Economist?
N	Valid	0	1	0	0	0
	Missing	25	24	25	25	25

Statistics

		¿Conoces la revista digital Time?	¿Conoces la revista digital Razor.Monkey?	¿Conoces la revista digital Vida Extrema?	¿Conoces la revista digital Rolling Stone Magazine?	¿Conoces la revista digital Marca?
N	Valid	0	0	1	0	0
	Missing	25	25	24	25	25

Statistics

		¿Conoces la revista digital 7 Capas?	¿Conoces la revista digital Urbe Bikini?	¿Conoces la revista digital La Doce?	¿Conoces la revista digital Acceso Directv?	¿Conoces la revista digital Prisma?
N	Valid	0	1	1	1	1
	Missing	25	24	24	24	24

Statistics

		¿Conoces la revista digital BussinesWeek?	¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?
N	Valid	1	23	23	23	23
	Missing	24	2	2	2	2

Statistics

ANEXOS G

		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	¿Conoces el término Underground?	¿Te identificas con este estilo?	¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?
N	Valid	23	23	25	25	25
	Missing	2	2	0	0	0

Statistics

		¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?	¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?	¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?	¿No has asistido a ninguno?	¿Leerías una revista digital de corte underground?
N	Valid	25	25	25	25	25
	Missing	0	0	0	0	0

Statistics

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?
N	Valid	20	20	20	20	20
	Missing	5	5	5	5	5

Statistics

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?	¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?	¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?	¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?
N	Valid	20	20	20	20	20
	Missing	5	5	5	5	5

ANEXOS G

Frequency Table

		Edad			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19	2	8,0	8,0	8,0
	20	3	12,0	12,0	20,0
	21	6	24,0	24,0	44,0
	22	3	12,0	12,0	56,0
	23	3	12,0	12,0	68,0
	24	3	12,0	12,0	80,0
	25	2	8,0	8,0	88,0
	26	1	4,0	4,0	92,0
	27	1	4,0	4,0	96,0
	36	1	4,0	4,0	100,0
Total		25	100,0	100,0	

		Sexo			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Masculino	14	56,0	56,0	56,0
	Femenino	11	44,0	44,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Usas Internet?

ANEXOS G

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	25	100,0	100,0	100,0

¿Lees revistas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	25	100,0	100,0	100,0

¿Qué tipo de revistas prefieres leer?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Especializadas	7	28,0	28,0	28,0
	Variedades	7	28,0	28,0	56,0
	Deportivas	6	24,0	24,0	80,0
	De Economía	1	4,0	4,0	84,0
	De Actualidad	4	16,0	16,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Posees Internet en tu casa?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	25	100,0	100,0	100,0

¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Diariamente	25	100,0	100,0	100,0

ANEXOS G

¿Visitas páginas Web informativas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	19	76,0	76,0	76,0
	No	6	24,0	24,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Visitas páginas Web educativas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	14	56,0	56,0	56,0
	No	11	44,0	44,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Visitas redes sociales?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	24	96,0	96,0	96,0
	No	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Visitas páginas Web culturales?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	7	28,0	28,0	28,0
	No	18	72,0	72,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

ANEXOS G

¿Visitas páginas Web corporativas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	9	36,0	36,0	36,0
	No	16	64,0	64,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Alguna vez has leído una revista digital?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	17	68,0	68,0	68,0
	No	8	32,0	32,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Conoces la revista digital Tú en Línea?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	4,0	100,0	100,0
Missing	System	24	96,0		
	Total	25	100,0		

¿Conoces la revista digital Tendencias 21?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital ProDavinci?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

ANEXOS G

¿Conoces la revista digital ZP Magazine?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Distorsion?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	4,0	100,0	100,0
Missing	System	24	96,0		
	Total	25	100,0		

¿Conoces la revista digital Bazar?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Vouge?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital IFAB?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital CyZone?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

ANEXOS G

¿Conoces la revista digital Cosmopolitan?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital BBC?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Interamericana de Bibliotecología?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Entre Rayas?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Metapolítica?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Ecoinvest?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Glamour?

ANEXOS G

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital PC World?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital PC Magazine?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Exceso?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Mecánica Popular?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Sport Life?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Hola?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

ANEXOS G

¿Conoces la revista digital Geociencias?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Estampas?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Psicología Científica?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Psicología on Line?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital El Salmón?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Orbis?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

ANEXOS G

¿Conoces la revista digital Negotium?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Guayoyo en Letras?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Factum?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Vanity Fair?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Photomagazine?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Muheve?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

ANEXOS G

¿Conoces la revista digital Corriente Alterna?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Pijama Surf?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Letralia?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Dialnet?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Plátano Verde?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	4,0	100,0	100,0
Missing	System	24	96,0		
	Total	25	100,0		

¿Conoces la revista digital Comunicación?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital The Daily?

ANEXOS G

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Economist?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Time?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Razor.Monkey?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Vida Extrema?

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sí	1	4,0	100,0	100,0
Missing System	24	96,0		
Total	25	100,0		

¿Conoces la revista digital Rolling Stone Magazine?

	Frequency	Percent
Missing System	25	100,0

ANEXOS G

¿Conoces la revista digital Marca?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital 7 Capas?

		Frequency	Percent
Missing	System	25	100,0

¿Conoces la revista digital Urbe Bikini?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	4,0	100,0	100,0
Missing	System	24	96,0		
	Total	25	100,0		

¿Conoces la revista digital La Doce?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	4,0	100,0	100,0
Missing	System	24	96,0		
	Total	25	100,0		

¿Conoces la revista digital Acceso Directv?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	4,0	100,0	100,0
Missing	System	24	96,0		
	Total	25	100,0		

ANEXOS G

¿Conoces la revista digital Prisma?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	4,0	100,0	100,0
Missing	System	24	96,0		
	Total	25	100,0		

¿Conoces la revista digital BussinesWeek?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	4,0	100,0	100,0
Missing	System	24	96,0		
	Total	25	100,0		

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	6	24,0	26,1	26,1
	No	17	68,0	73,9	100,0
	Total	23	92,0	100,0	
Missing	System	2	8,0		
	Total	25	100,0		

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	16	64,0	69,6	69,6
	No	7	28,0	30,4	100,0
	Total	23	92,0	100,0	
Missing	System	2	8,0		
	Total	25	100,0		

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

ANEXOS G

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	1	4,0	4,3	4,3
	No	22	88,0	95,7	100,0
	Total	23	92,0	100,0	
Missing	System	2	8,0		
	Total	25	100,0		

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No	23	92,0	100,0	100,0
Missing	System	2	8,0		
	Total	25	100,0		

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	13	52,0	56,5	56,5
	No	10	40,0	43,5	100,0
	Total	23	92,0	100,0	
Missing	System	2	8,0		
	Total	25	100,0		

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	12	48,0	52,2	52,2
	No	11	44,0	47,8	100,0
	Total	23	92,0	100,0	
Missing	System	2	8,0		

ANEXOS G

¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	12	48,0	52,2	52,2
	No	11	44,0	47,8	100,0
	Total	23	92,0	100,0	
Missing	System	2	8,0		
	Total	25	100,0		

¿Conoces el término Underground?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	24	96,0	96,0	96,0
	No	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Te identificas con este estilo?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	13	52,0	52,0	52,0
	No	12	48,0	48,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	19	76,0	76,0	76,0
	No	6	24,0	24,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

ANEXOS G

¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	14	56,0	56,0	56,0
	No	11	44,0	44,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	14	56,0	56,0	56,0
	No	11	44,0	44,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	4	16,0	16,0	16,0
	No	21	84,0	84,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

¿No has asistido a ninguno?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	No	25	100,0	100,0	100,0

¿Leerías una revista digital de corte underground?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	20	80,0	80,0	80,0

ANEXOS G

No	5	20,0	20,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	18	72,0	90,0	90,0
	No	2	8,0	10,0	100,0
	Total	20	80,0	100,0	
Missing	System	5	20,0		
	Total	25	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	12	48,0	60,0	60,0
	No	8	32,0	40,0	100,0
	Total	20	80,0	100,0	
Missing	System	5	20,0		
	Total	25	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	8	32,0	40,0	40,0
	No	12	48,0	60,0	100,0
	Total	20	80,0	100,0	
Missing	System	5	20,0		
	Total	25	100,0		

ANEXOS G

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de
Diseño?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	18	72,0	90,0	90,0
	No	2	8,0	10,0	100,0
	Total	20	80,0	100,0	
Missing	System	5	20,0		
	Total	25	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de
Danza?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	3	12,0	15,0	15,0
	No	17	68,0	85,0	100,0
	Total	20	80,0	100,0	
Missing	System	5	20,0		
	Total	25	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de
Orfebrería?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	2	8,0	10,0	10,0
	No	18	72,0	90,0	100,0
	Total	20	80,0	100,0	
Missing	System	5	20,0		
	Total	25	100,0		

ANEXOS G

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	11	44,0	55,0	55,0
	No	9	36,0	45,0	100,0
	Total	20	80,0	100,0	
Missing	System	5	20,0		
	Total	25	100,0		

¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	16	64,0	80,0	80,0
	No	4	16,0	20,0	100,0
	Total	20	80,0	100,0	
Missing	System	5	20,0		
	Total	25	100,0		

¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

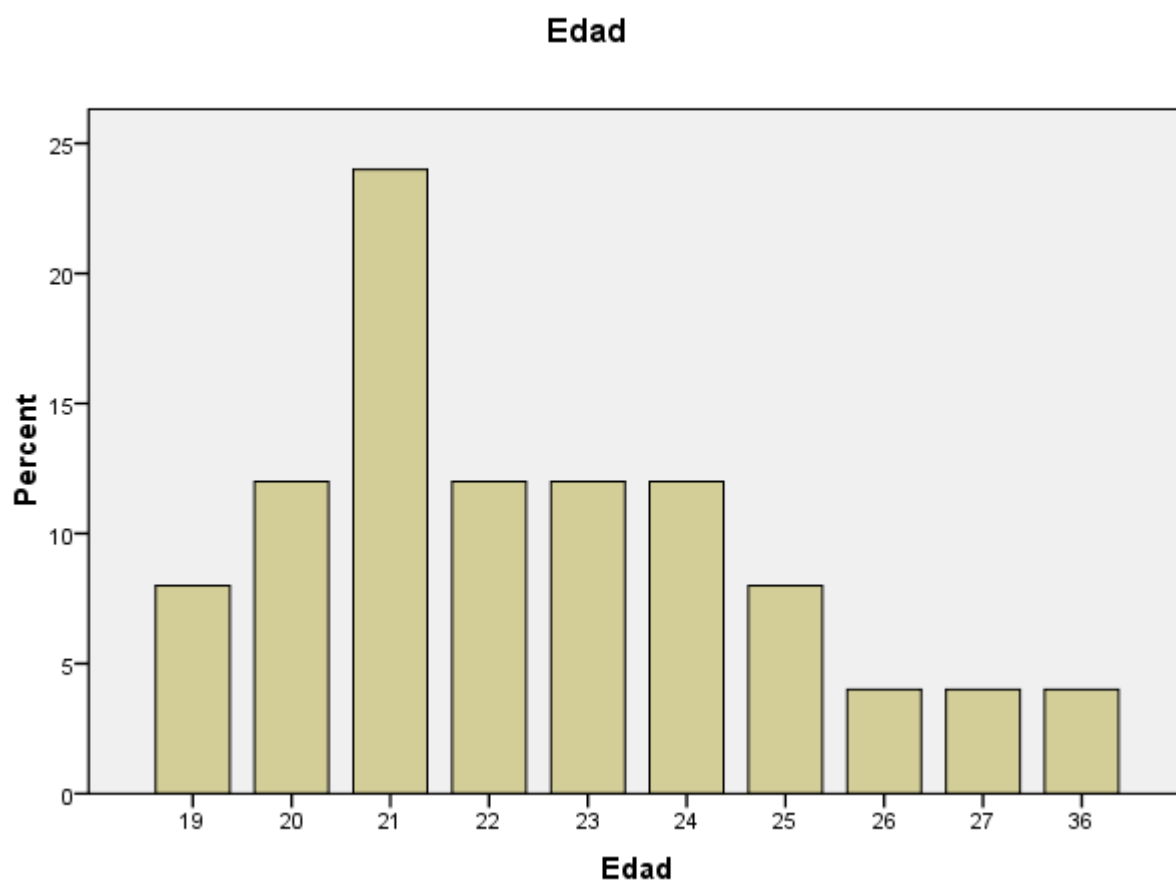
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Semanal	4	16,0	20,0	20,0
	Quincenal	8	32,0	40,0	60,0
	Mensual	8	32,0	40,0	100,0
	Total	20	80,0	100,0	
Missing	System	5	20,0		
	Total	25	100,0		

¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

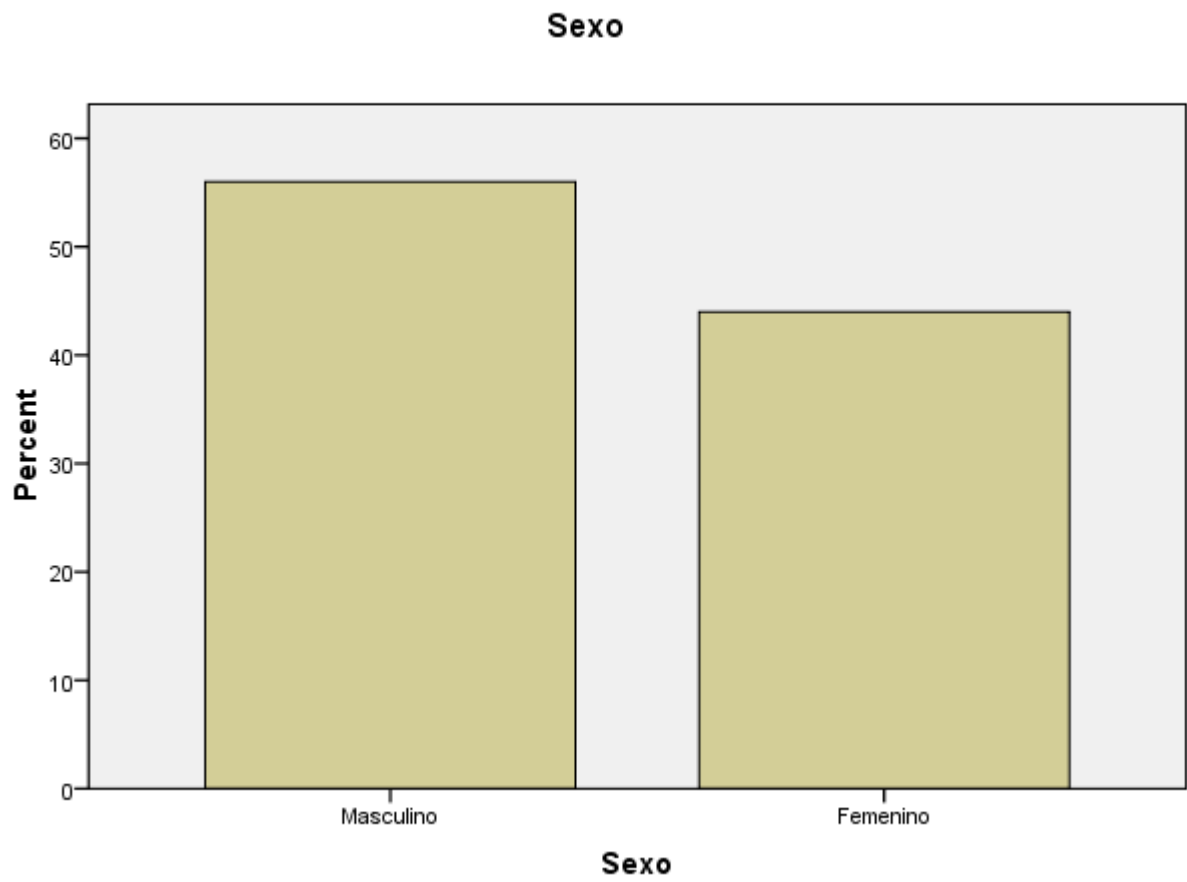
ANEXOS G

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sí	13	52,0	65,0	65,0
	No	7	28,0	35,0	100,0
	Total	20	80,0	100,0	
Missing	System	5	20,0		
	Total	25	100,0		

Bar Chart

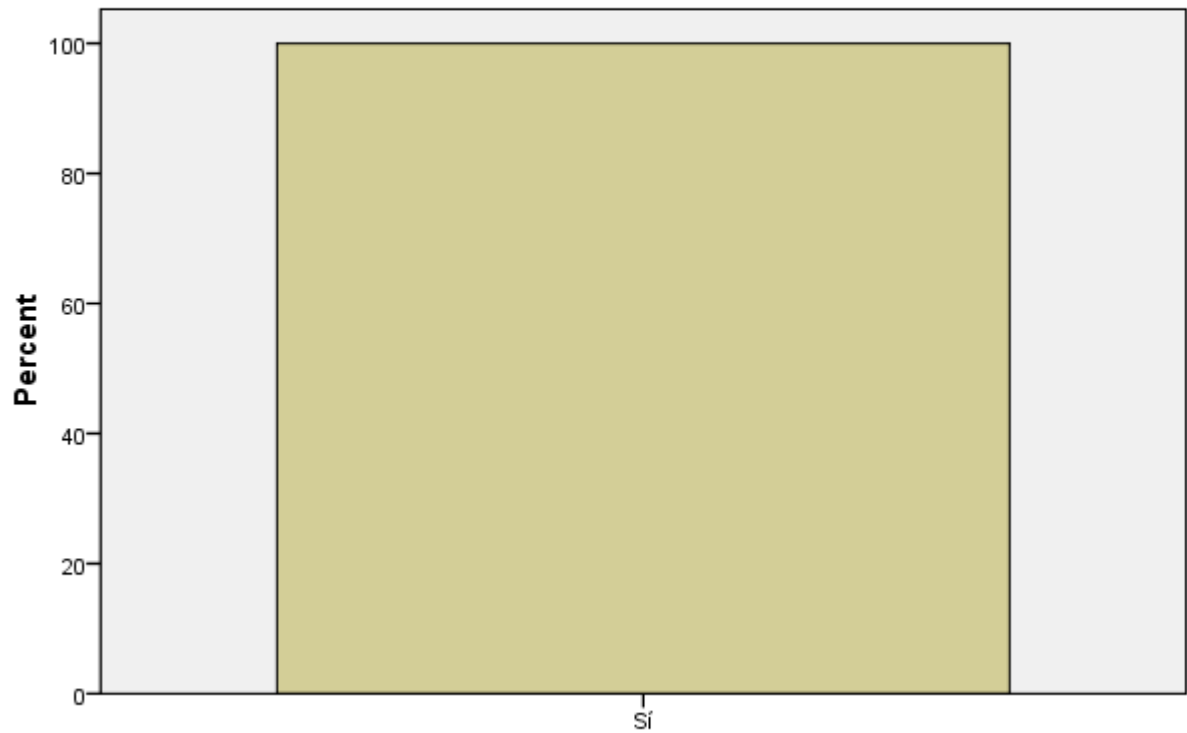


ANEXOS G



ANEXOS G

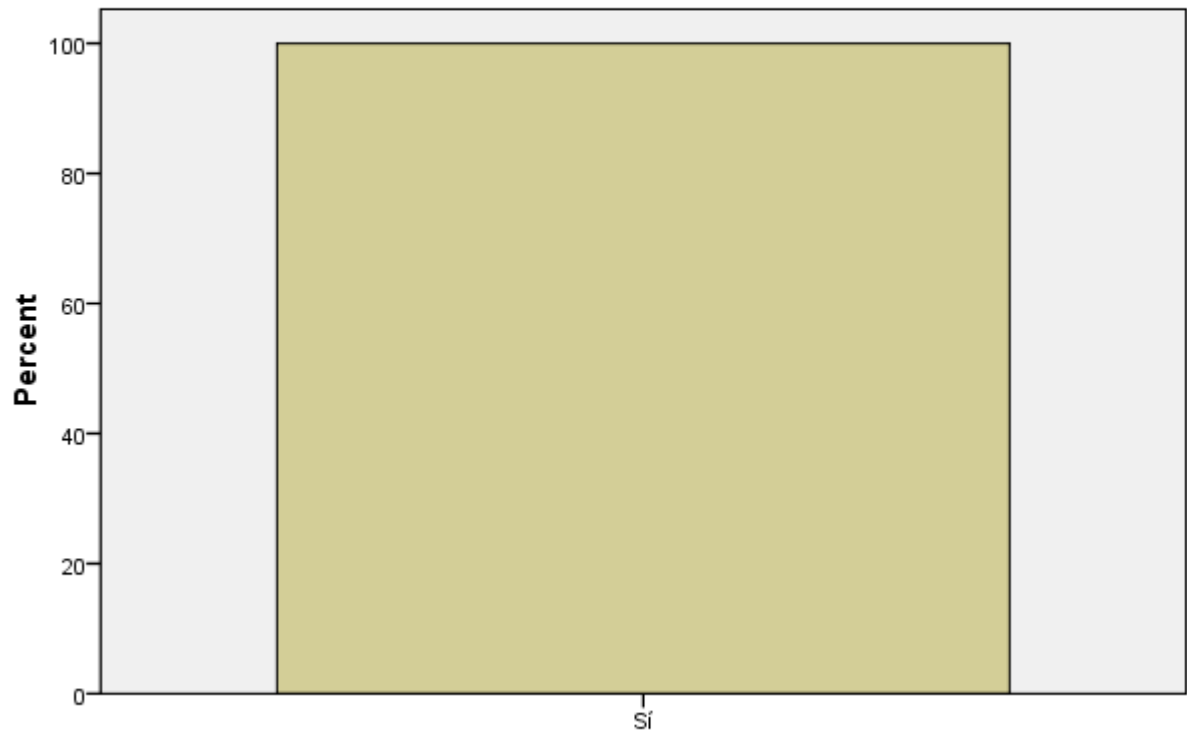
¿Usas Internet?



¿Usas Internet?

ANEXOS G

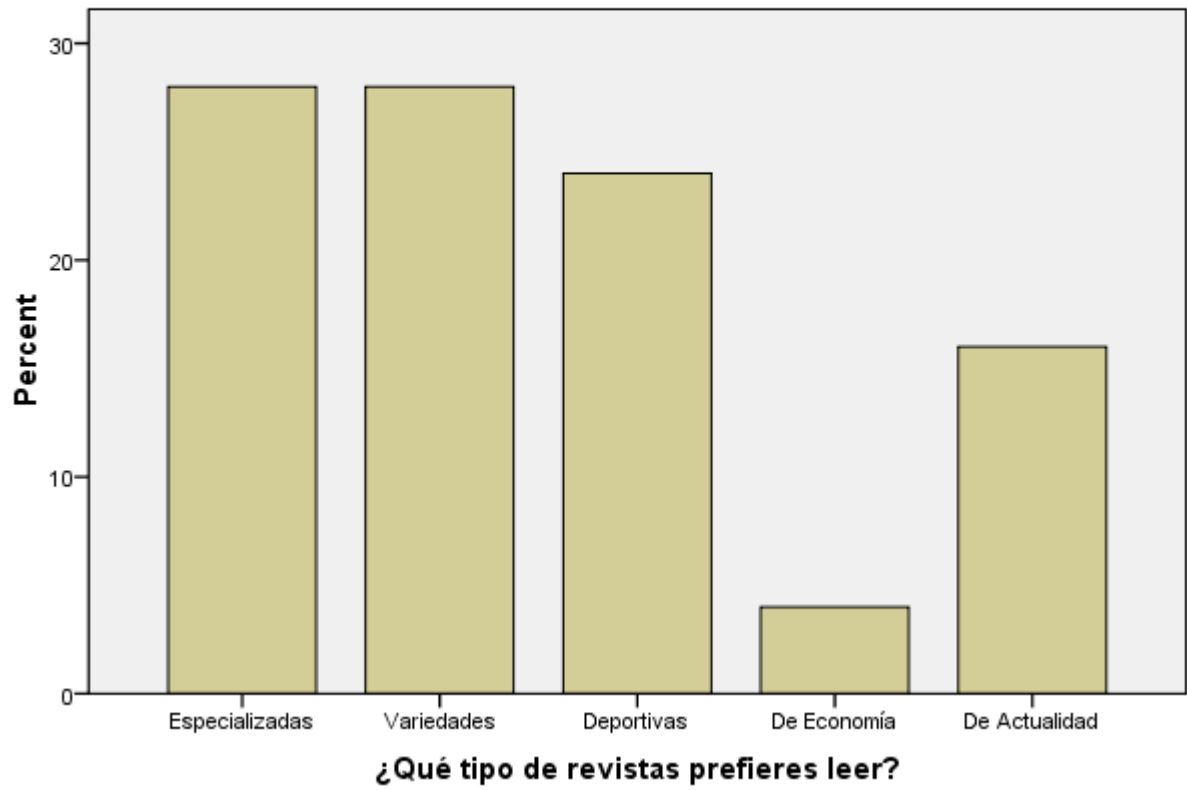
¿Lees revistas?



¿Lees revistas?

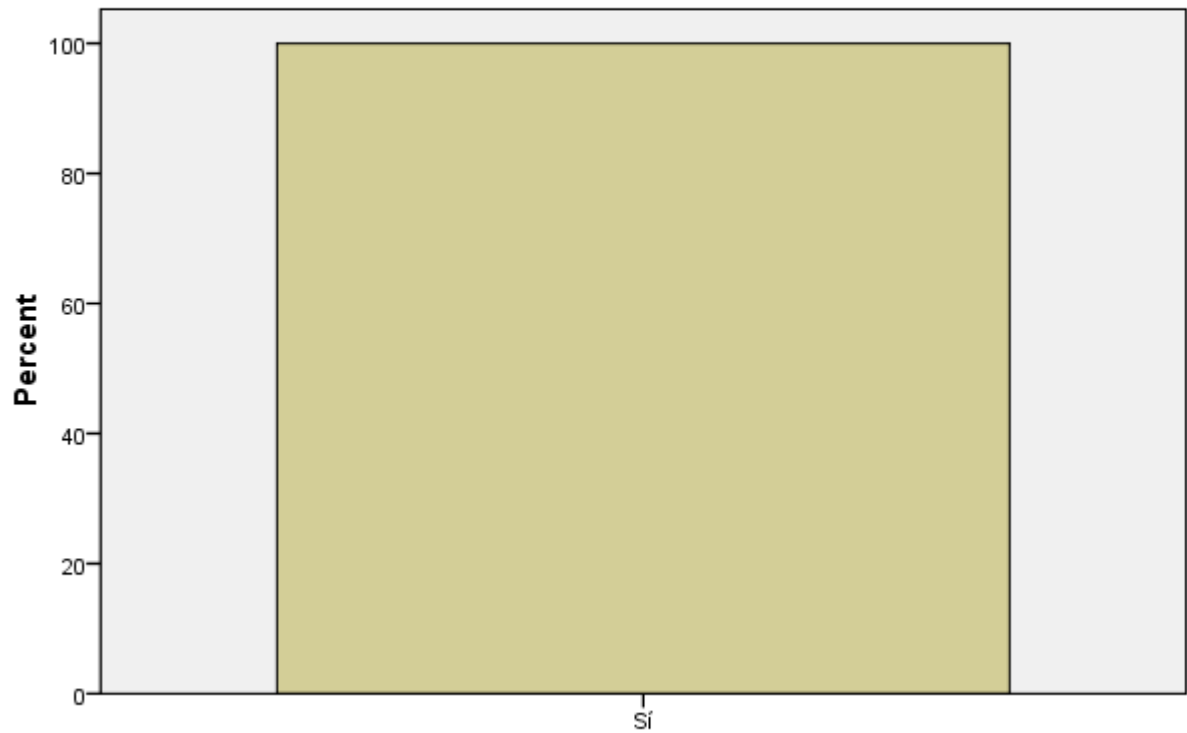
ANEXOS G

¿Qué tipo de revistas prefieres leer?



ANEXOS G

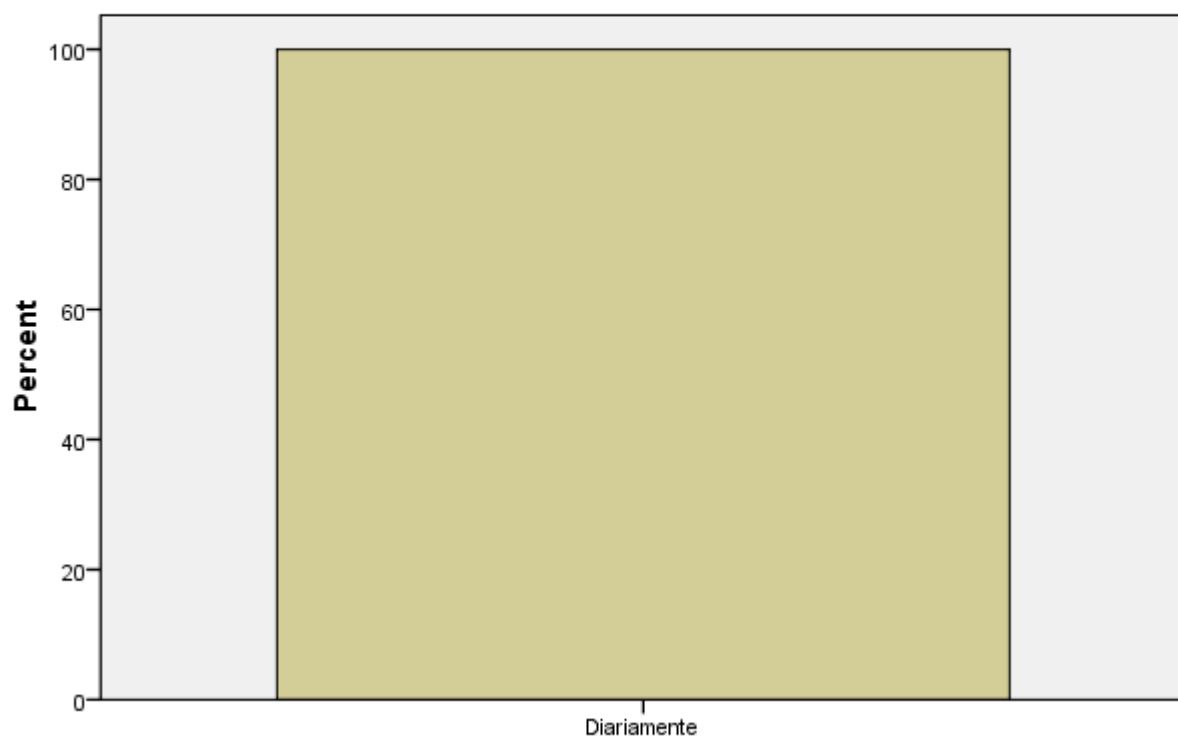
¿Posees Internet en tu casa?



¿Posees Internet en tu casa?

ANEXOS G

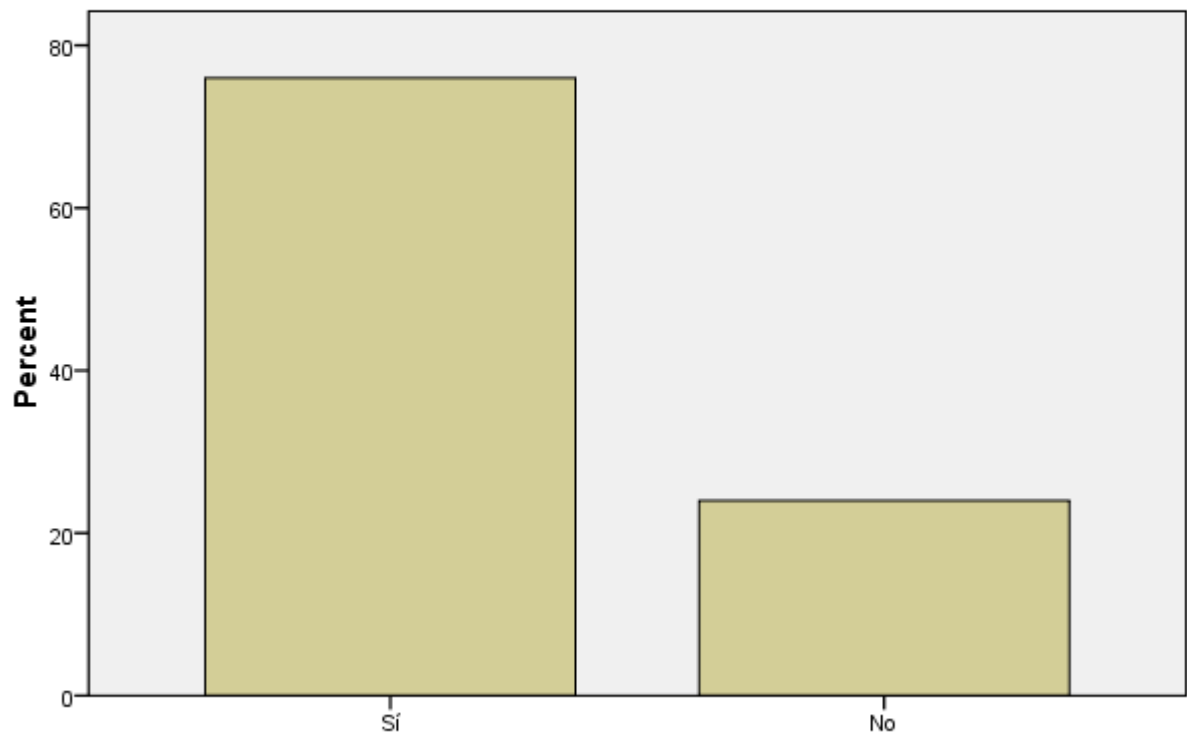
¿Con qué frecuencia utilizas Internet?



¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

ANEXOS G

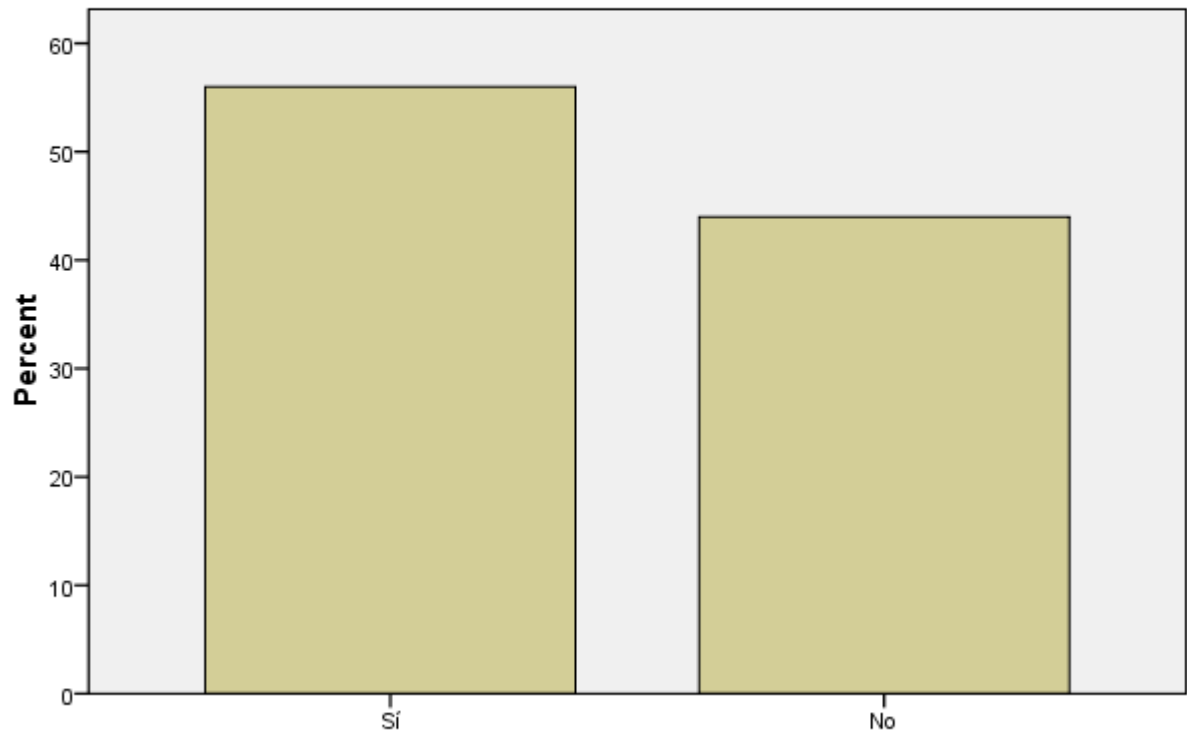
¿Visitas páginas Web informativas?



¿Visitas páginas Web informativas?

ANEXOS G

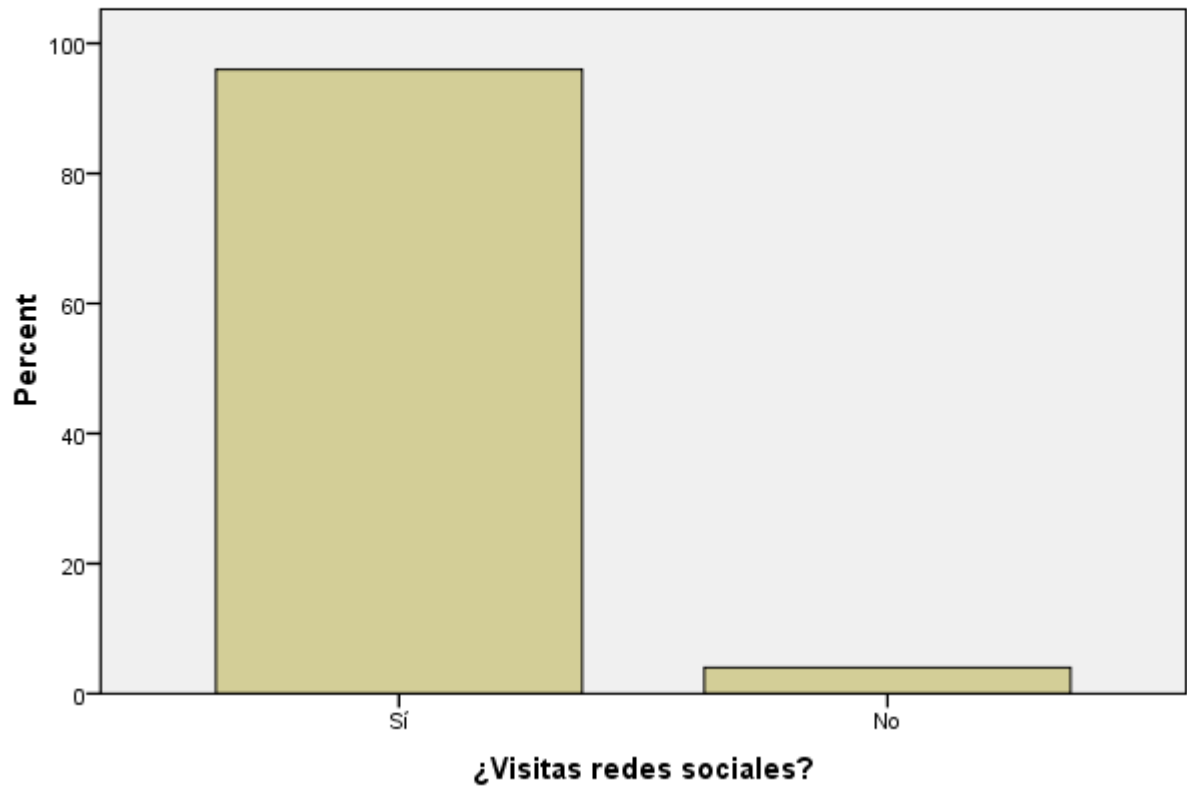
¿Visitas páginas Web educativas?



¿Visitas páginas Web educativas?

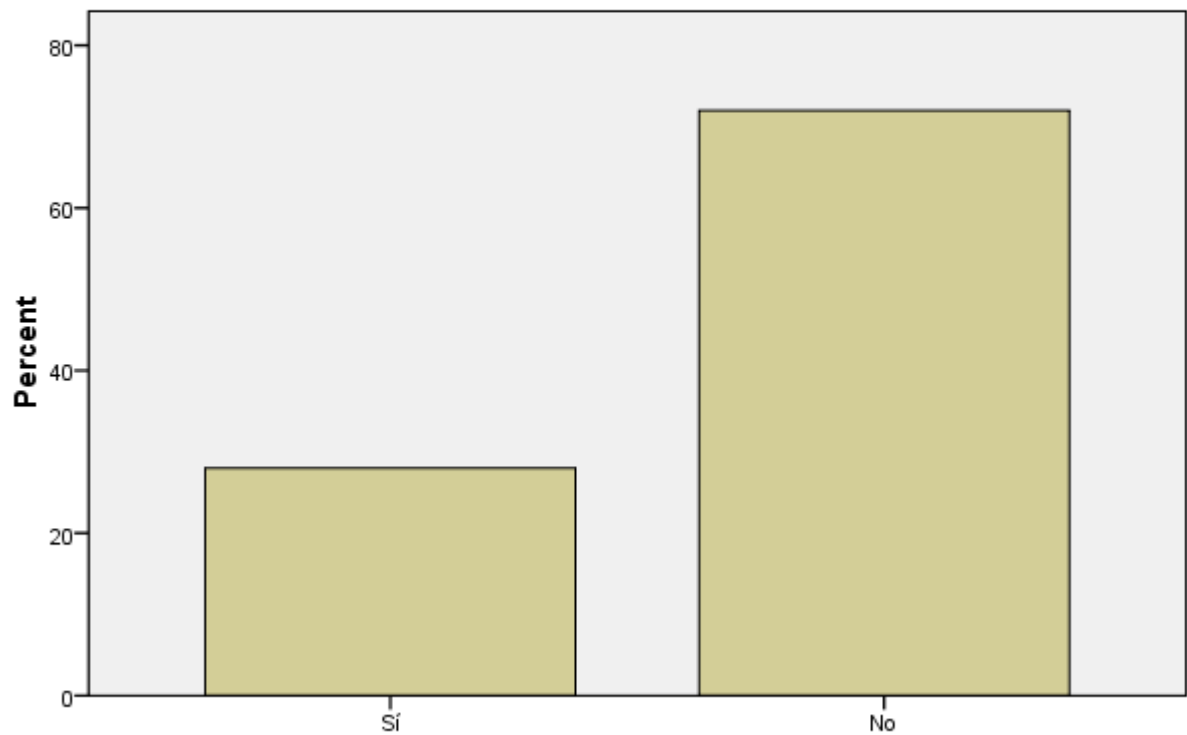
ANEXOS G

¿Visitas redes sociales?



ANEXOS G

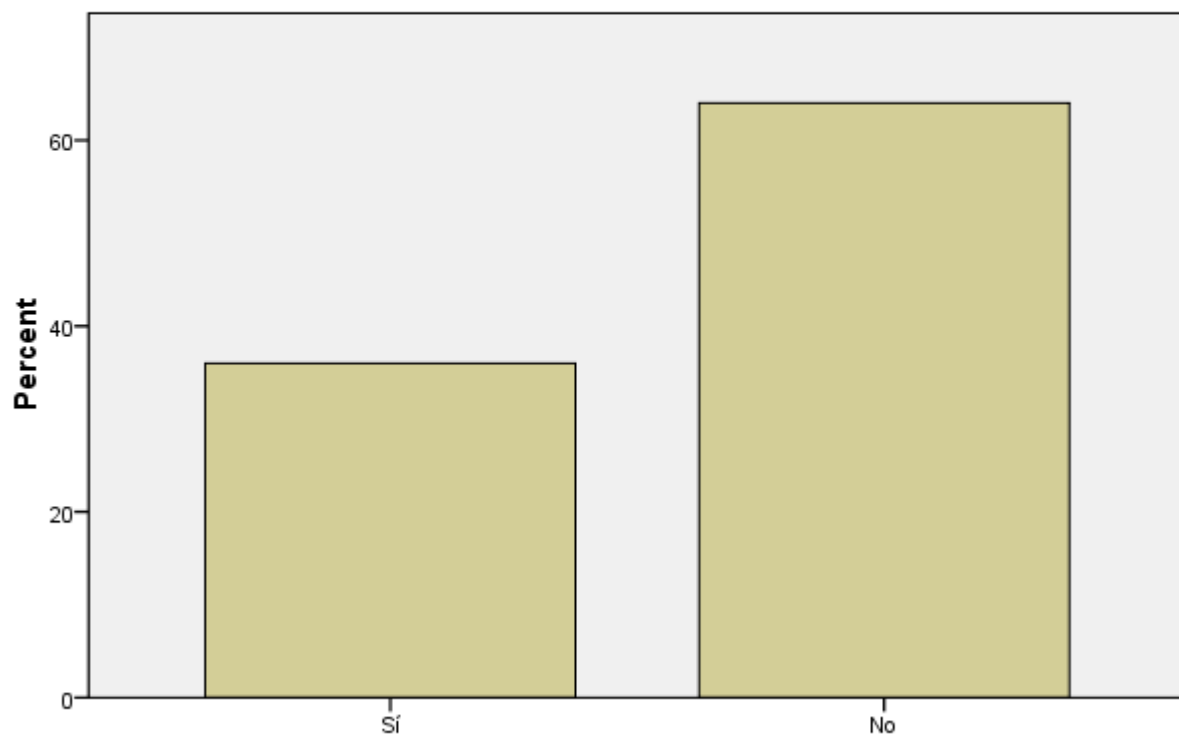
¿Visitas páginas Web culturales?



¿Visitas páginas Web culturales?

ANEXOS G

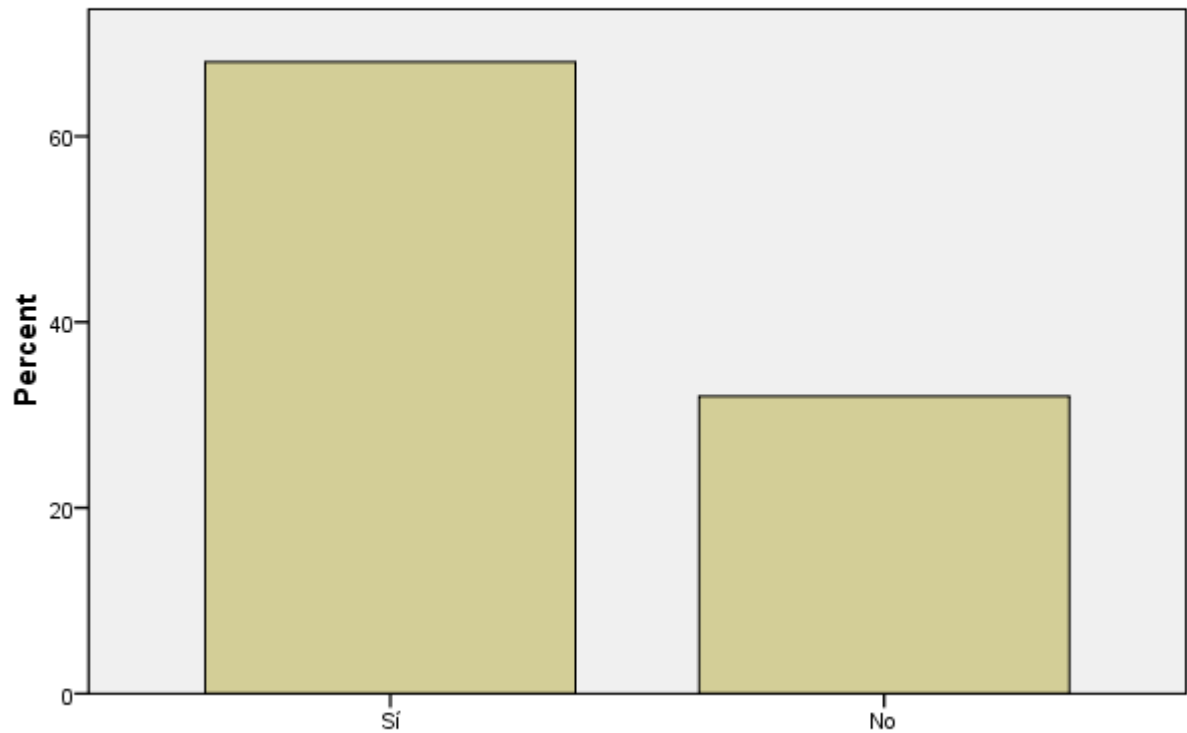
¿Visitas páginas Web corporativas?



¿Visitas páginas Web corporativas?

ANEXOS G

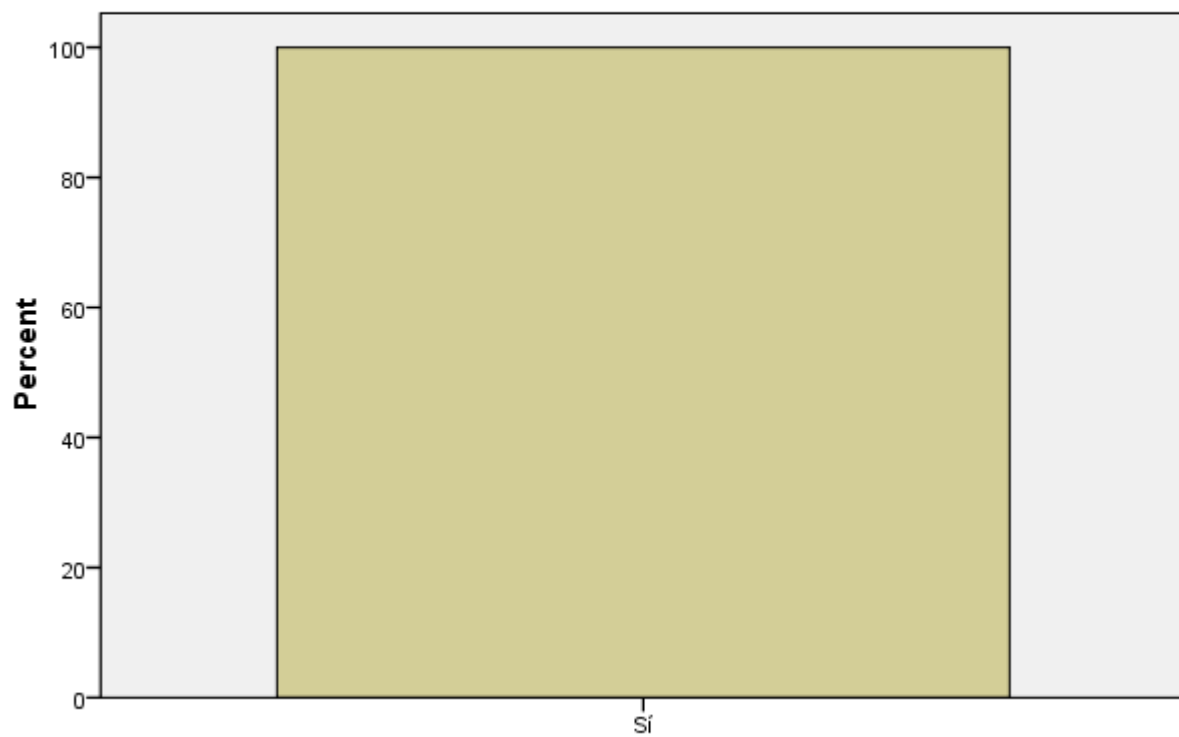
¿Alguna vez has leído una revista digital?



¿Alguna vez has leído una revista digital?

ANEXOS G

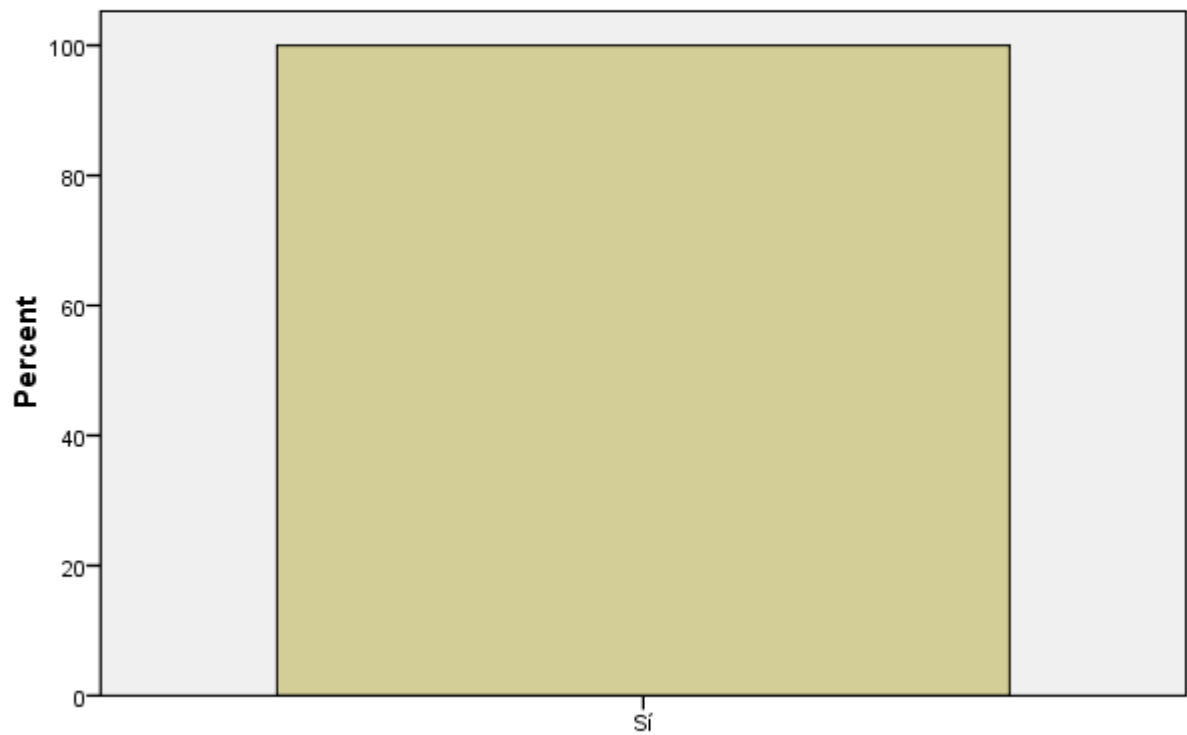
¿Conoces la revista digital Tú en Línea?



¿Conoces la revista digital Tú en Línea?

ANEXOS G

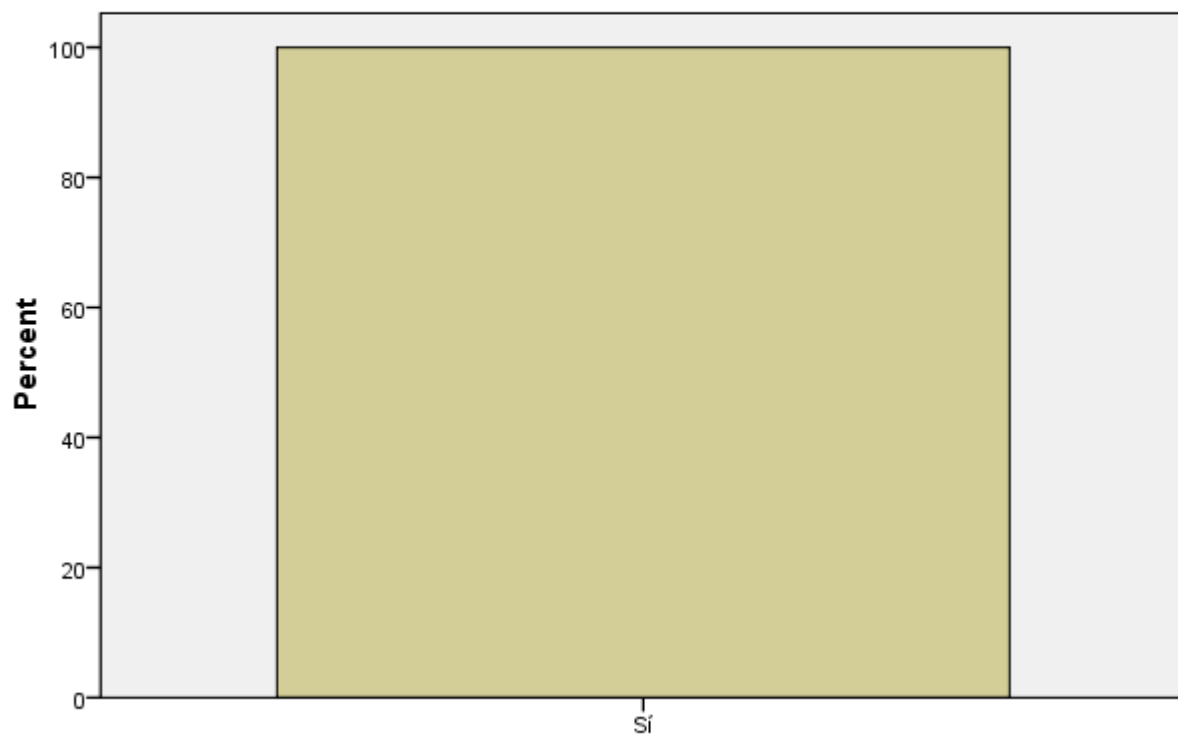
¿Conoces la revista digital Distorsion?



¿Conoces la revista digital Distorsion?

ANEXOS G

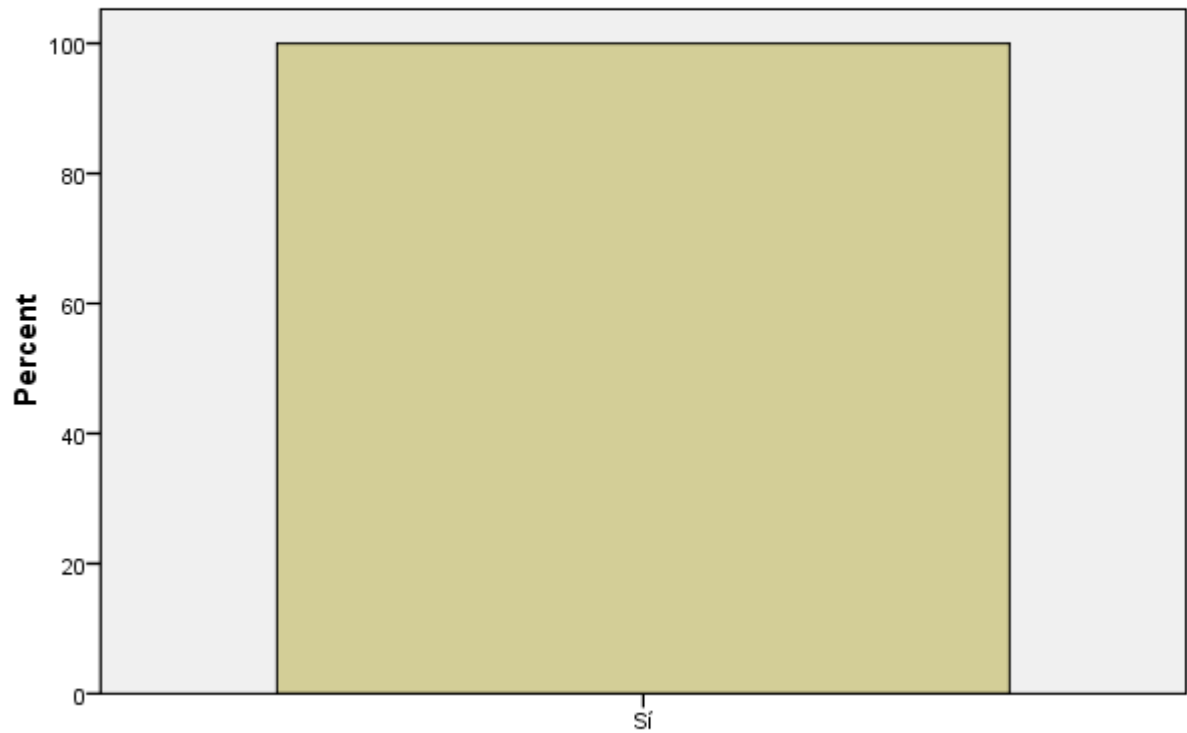
¿Conoces la revista digital Plátano Verde?



¿Conoces la revista digital Plátano Verde?

ANEXOS G

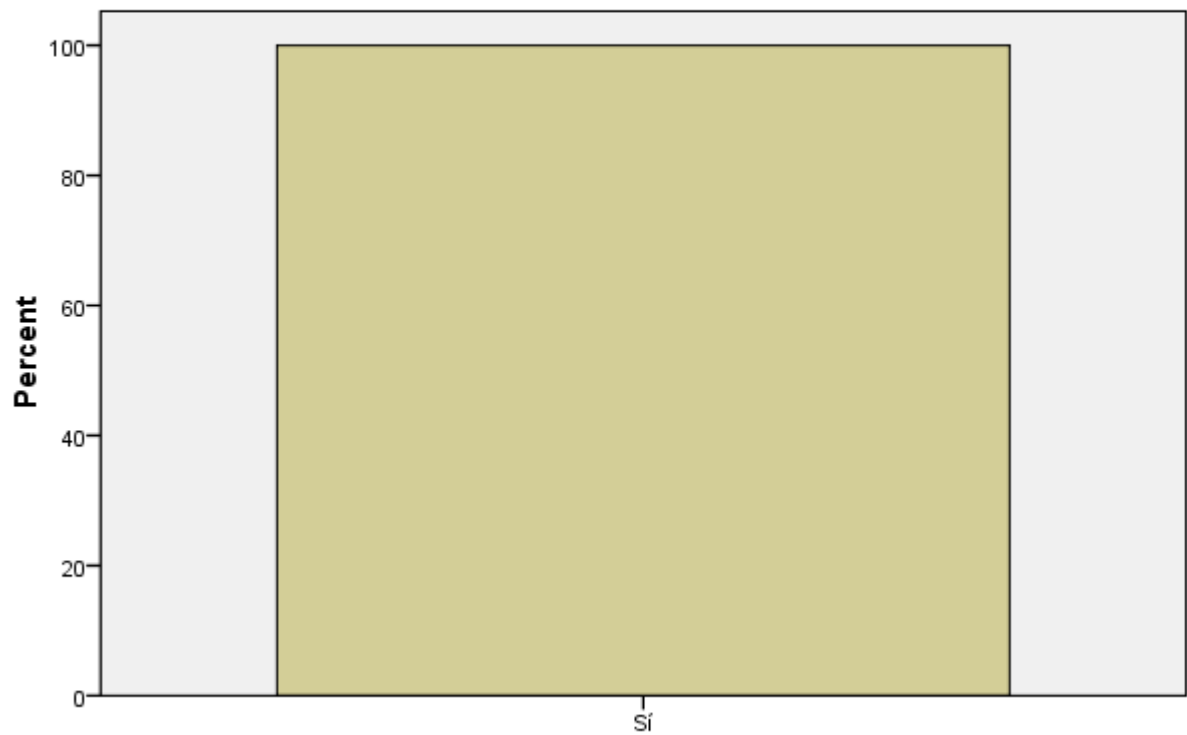
¿Conoces la revista digital Vida Extrema?



¿Conoces la revista digital Vida Extrema?

ANEXOS G

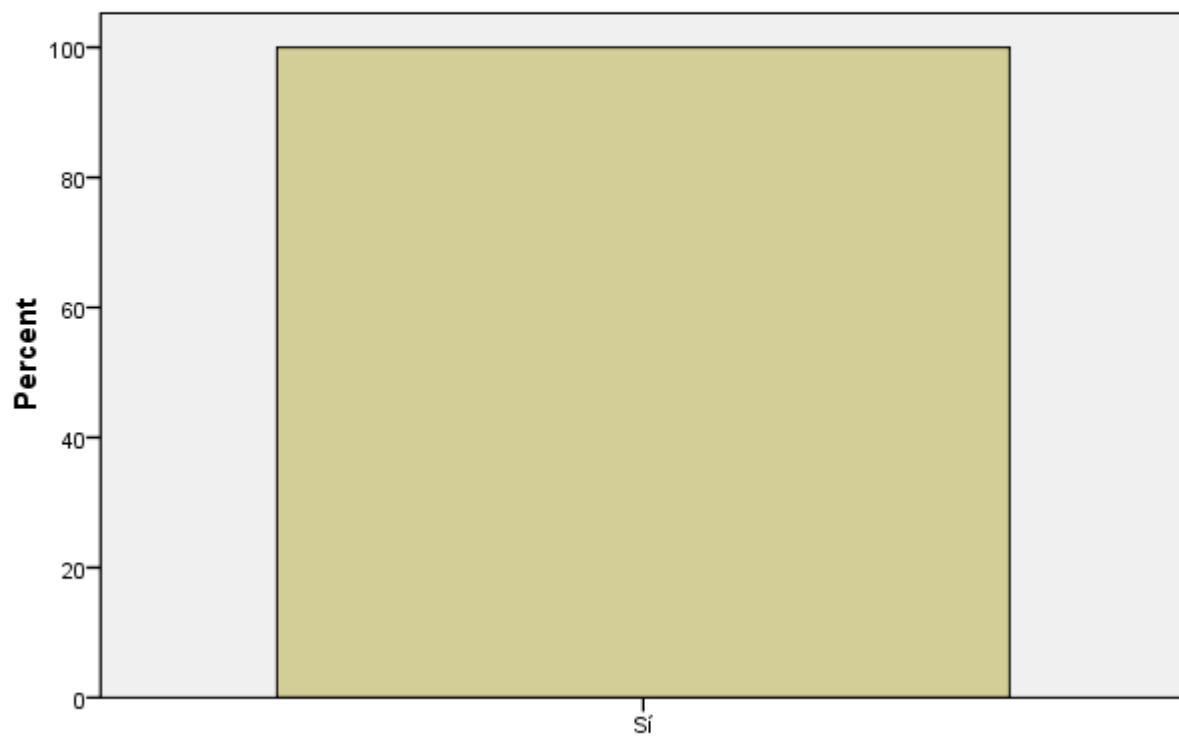
¿Conoces la revista digital Urbe Bikini?



¿Conoces la revista digital Urbe Bikini?

ANEXOS G

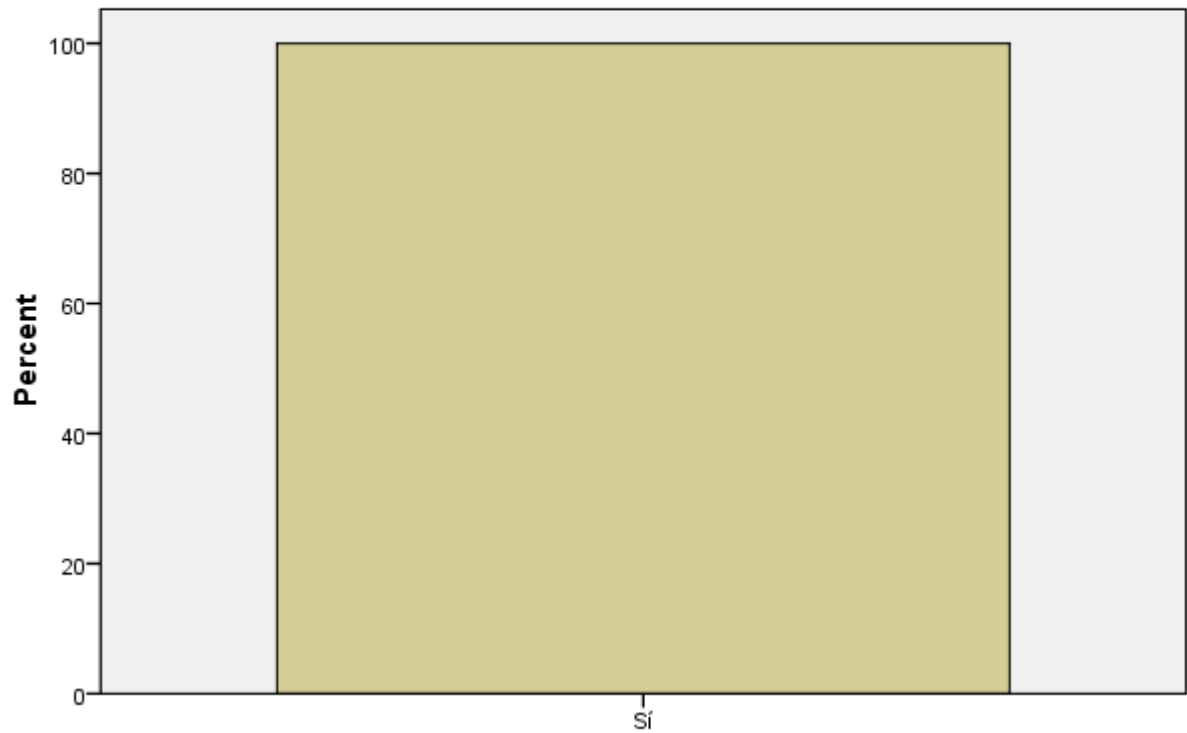
¿Conoces la revista digital La Doce?



¿Conoces la revista digital La Doce?

ANEXOS G

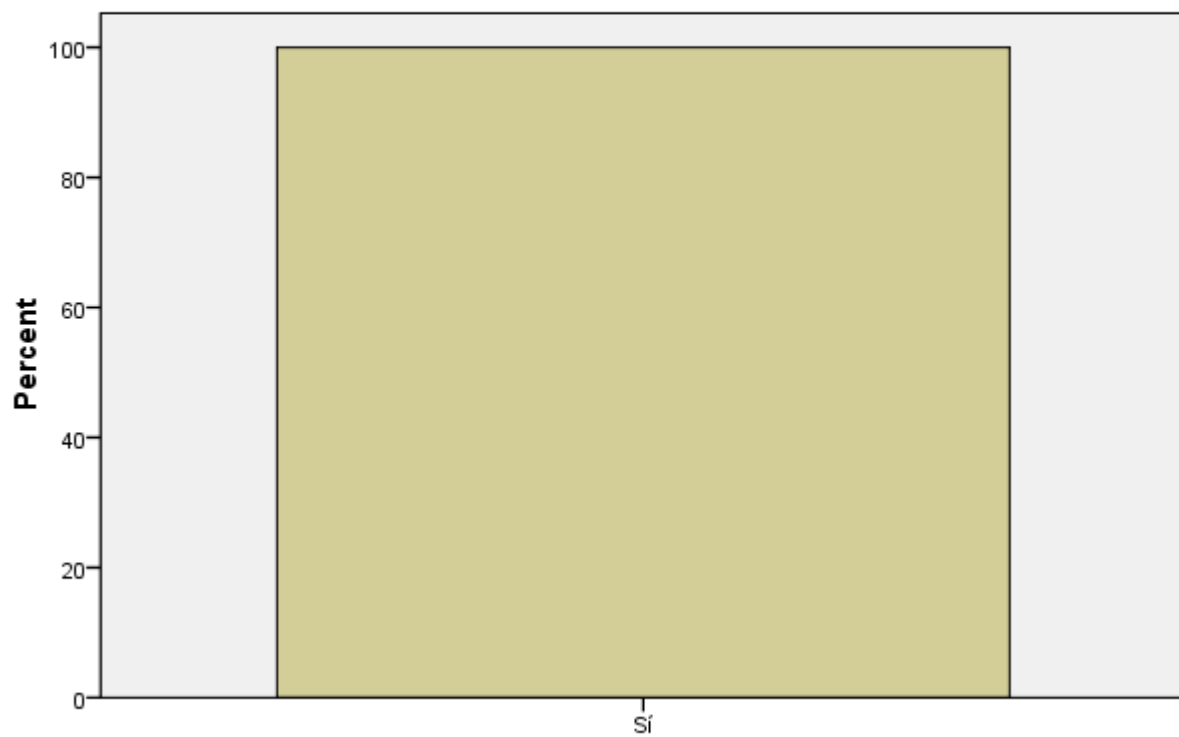
¿Conoces la revista digital Acceso Directv?



¿Conoces la revista digital Acceso Directv?

ANEXOS G

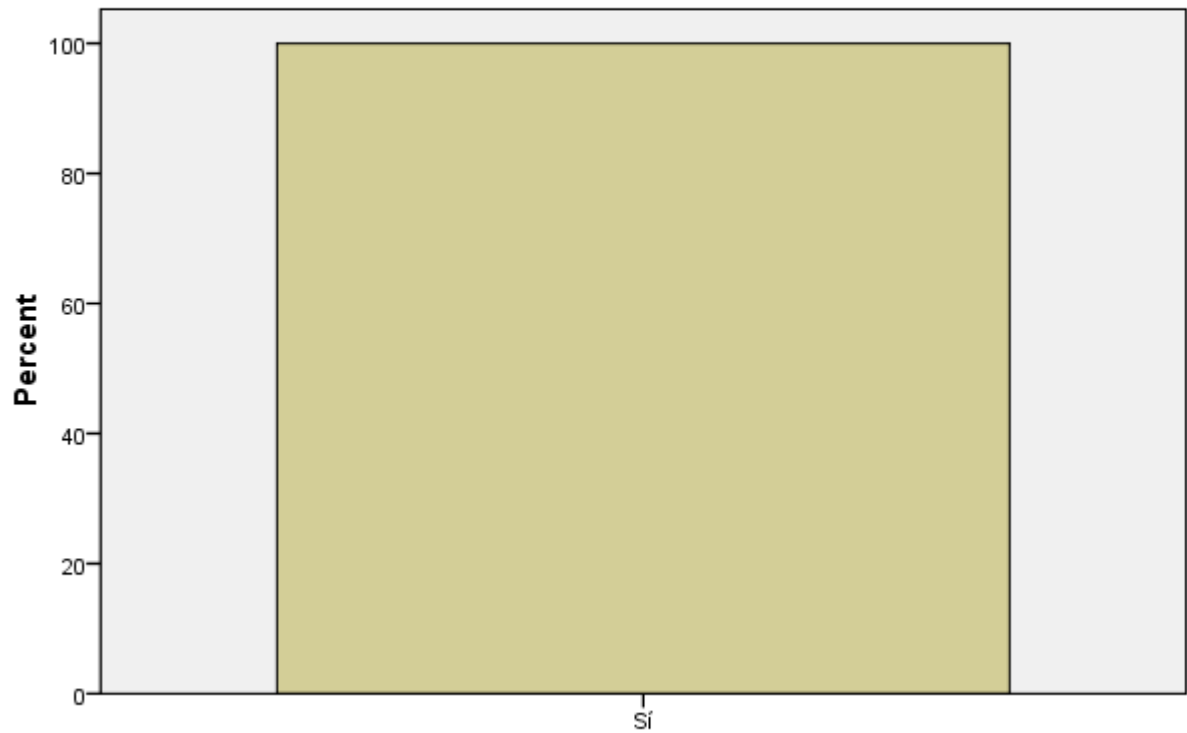
¿Conoces la revista digital Prisma?



¿Conoces la revista digital Prisma?

ANEXOS G

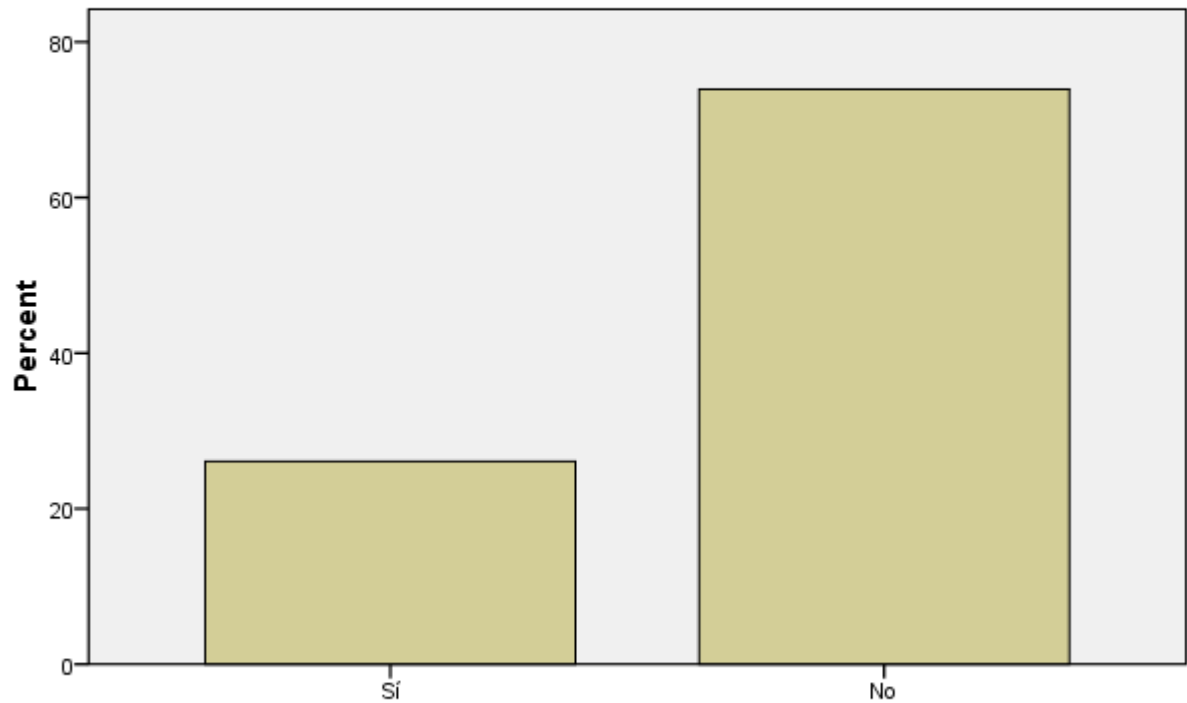
¿Conoces la revista digital BussinesWeek?



¿Conoces la revista digital BussinesWeek?

ANEXOS G

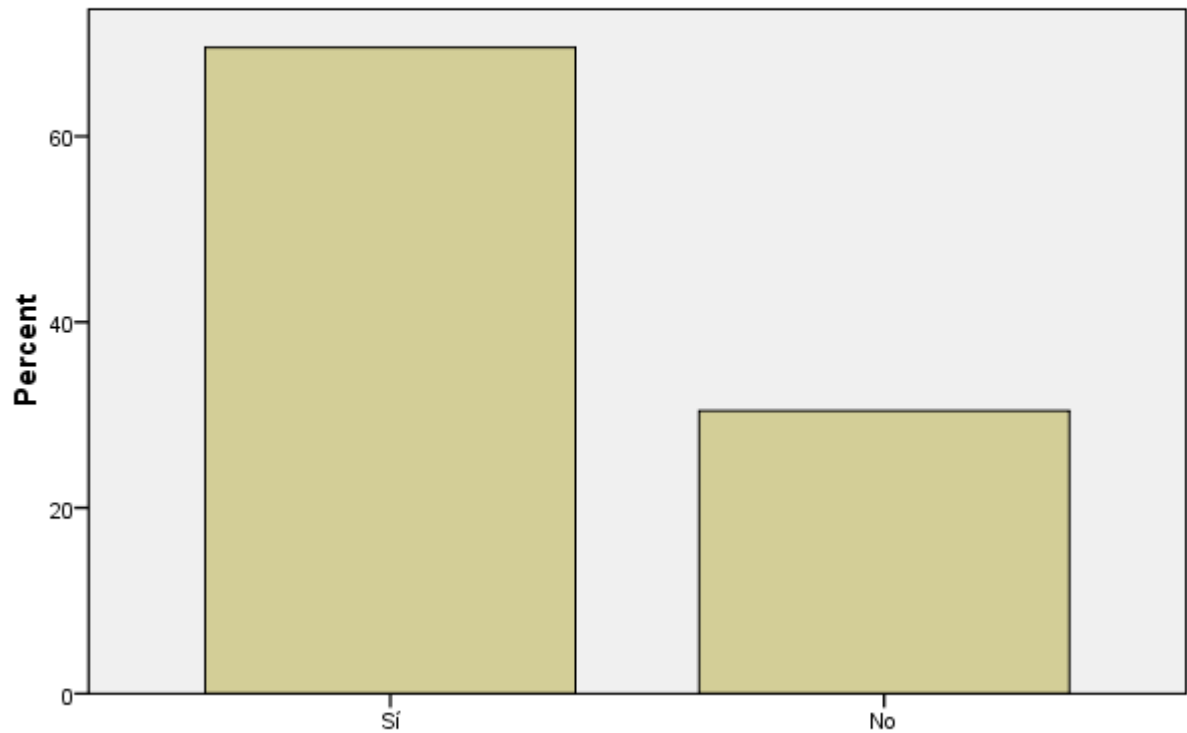
¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?



¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

ANEXOS G

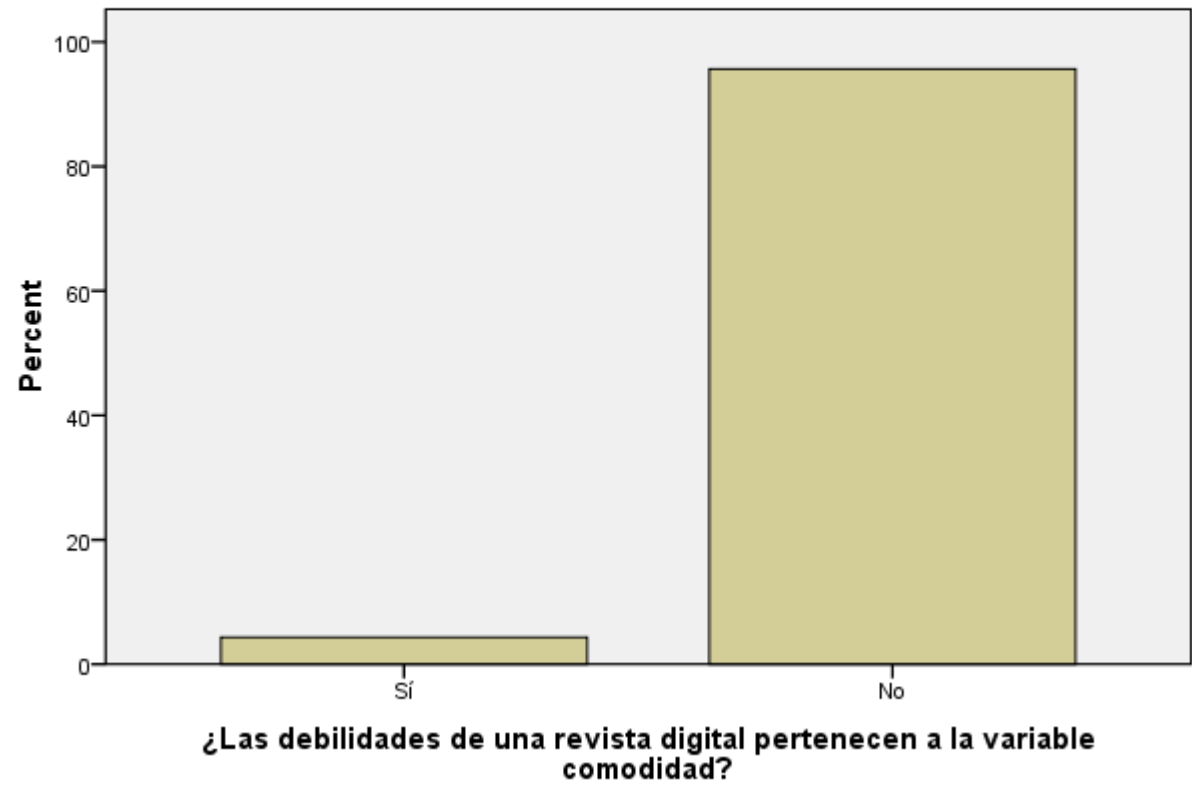
¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?



¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

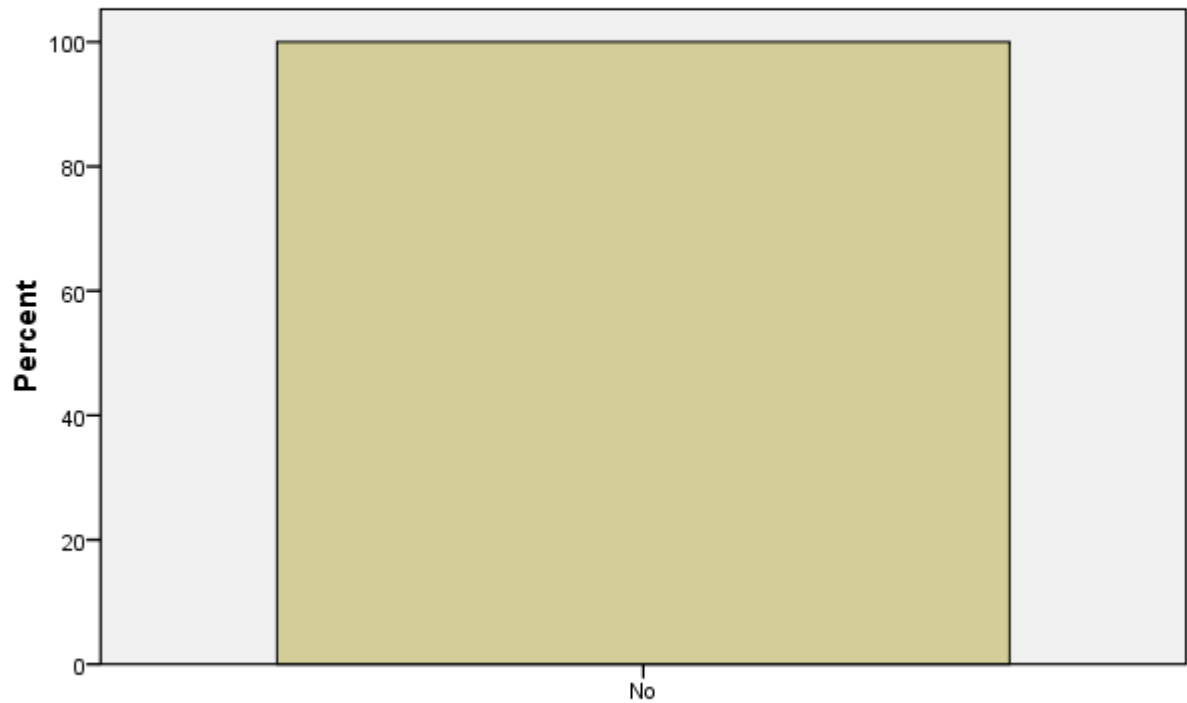
ANEXOS G

¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?



ANEXOS G

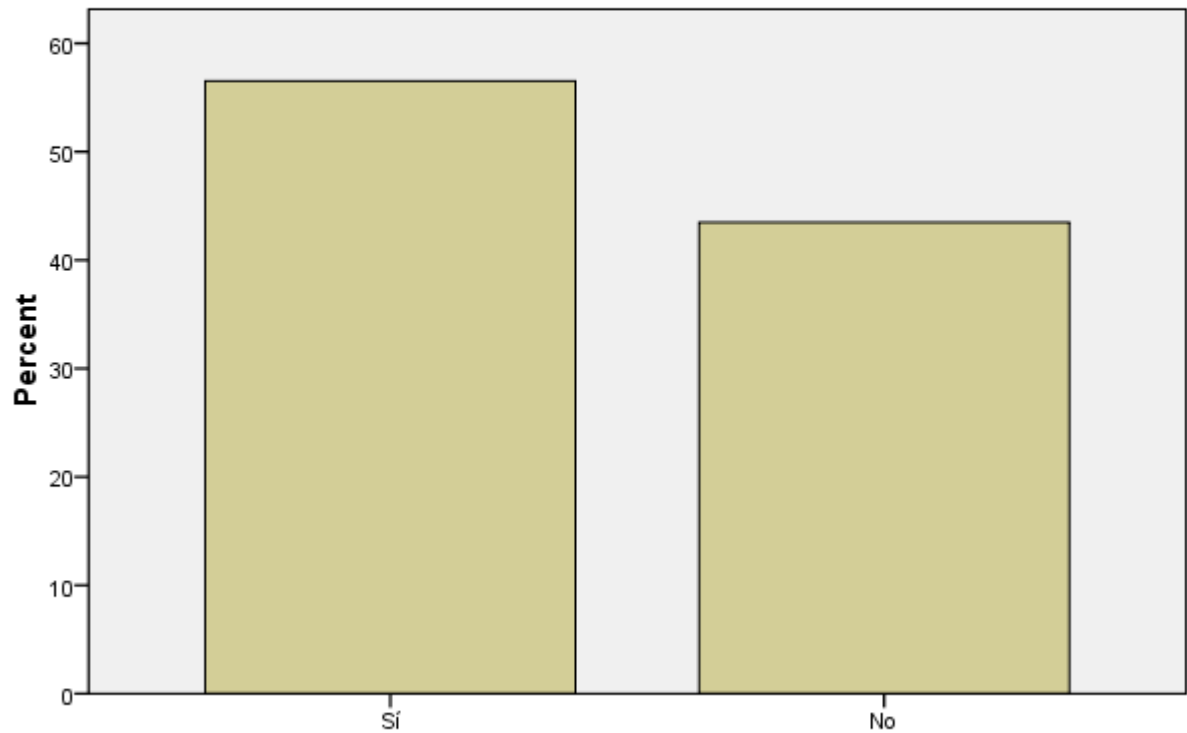
¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?



¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

ANEXOS G

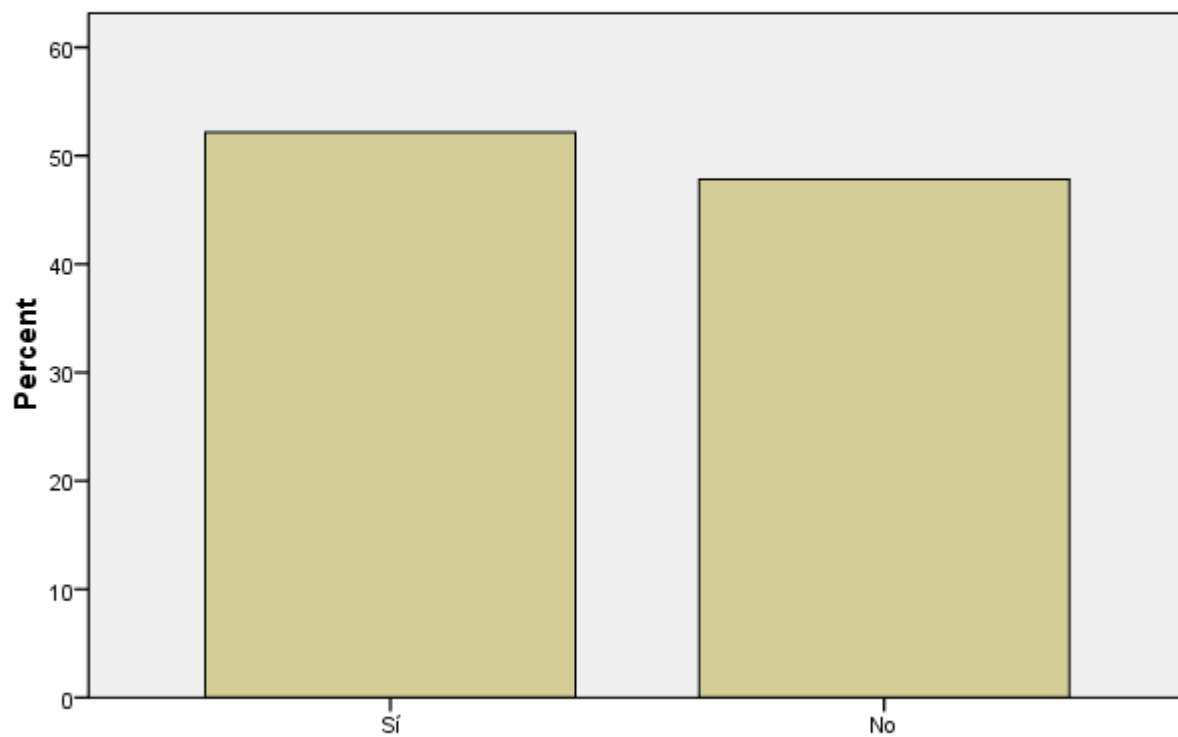
¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?



¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

ANEXOS G

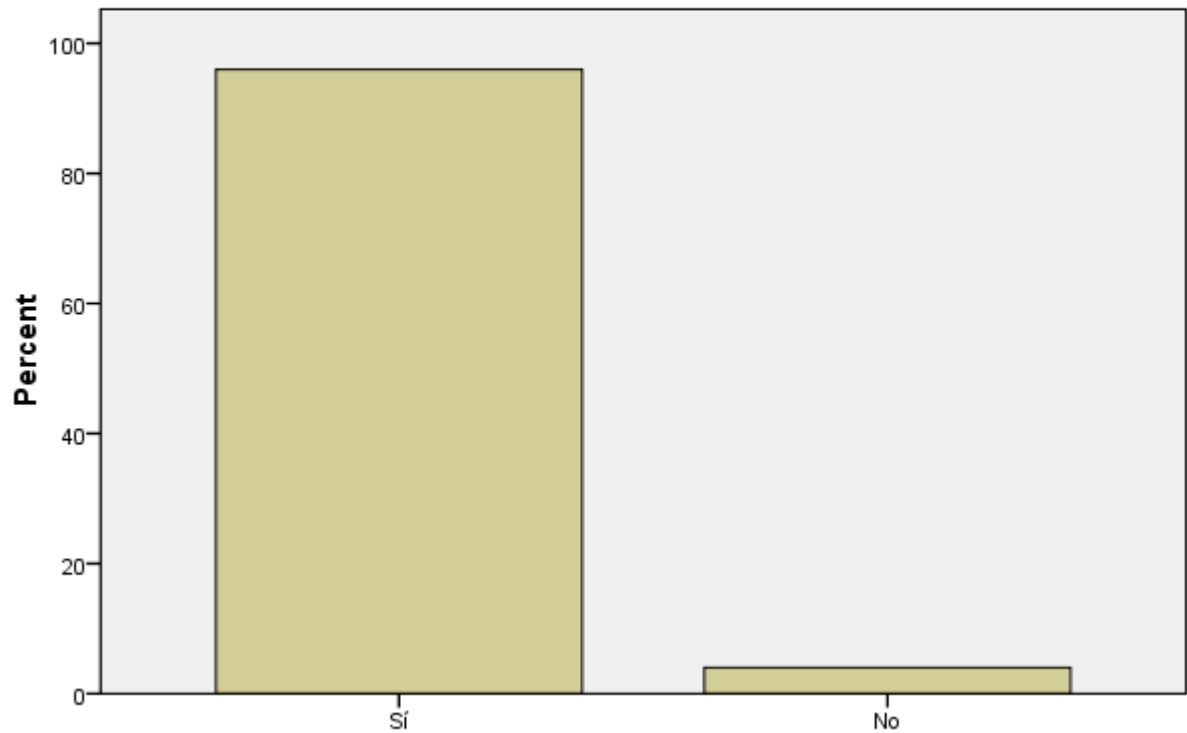
¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?



¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

ANEXOS G

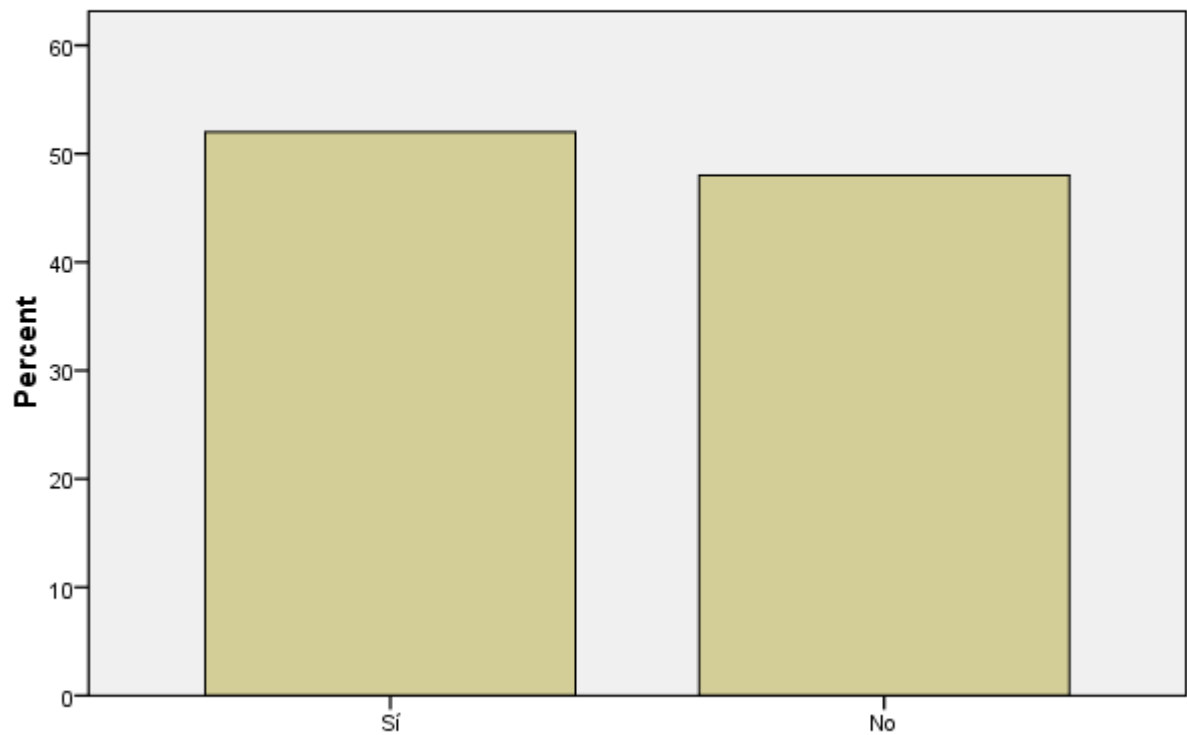
¿Conoces el término Underground?



¿Conoces el término Underground?

ANEXOS G

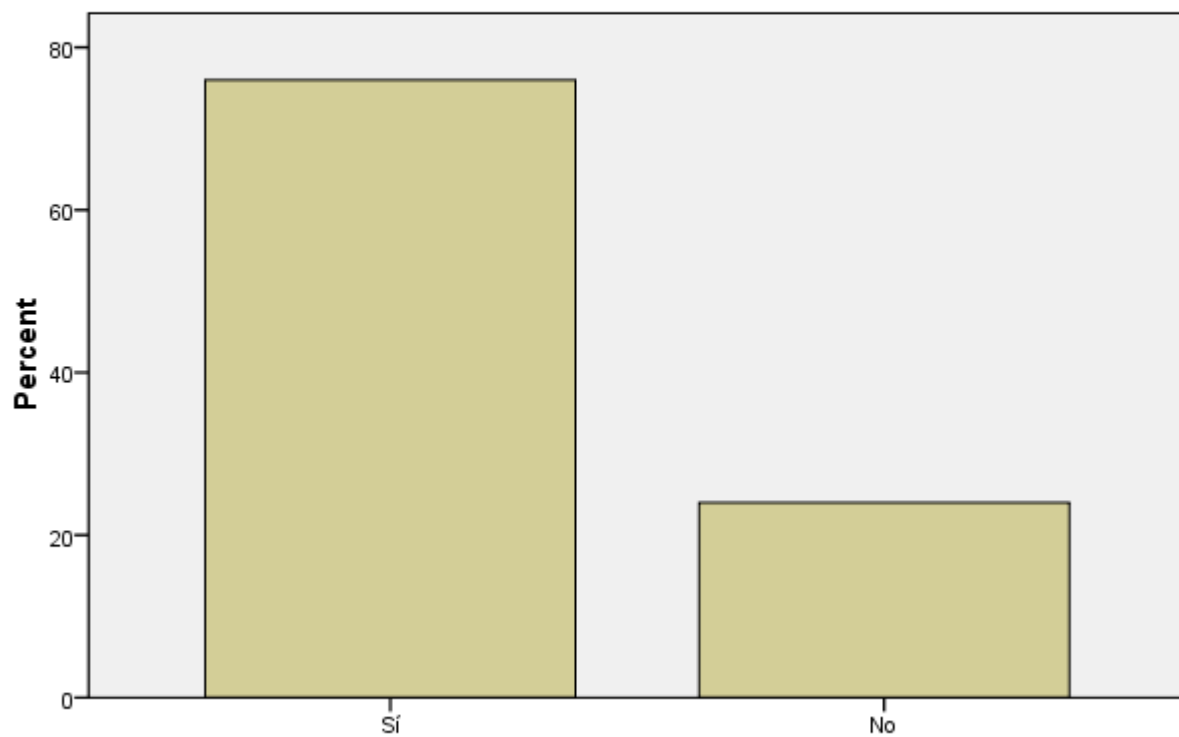
¿Te identificas con este estilo?



¿Te identificas con este estilo?

ANEXOS G

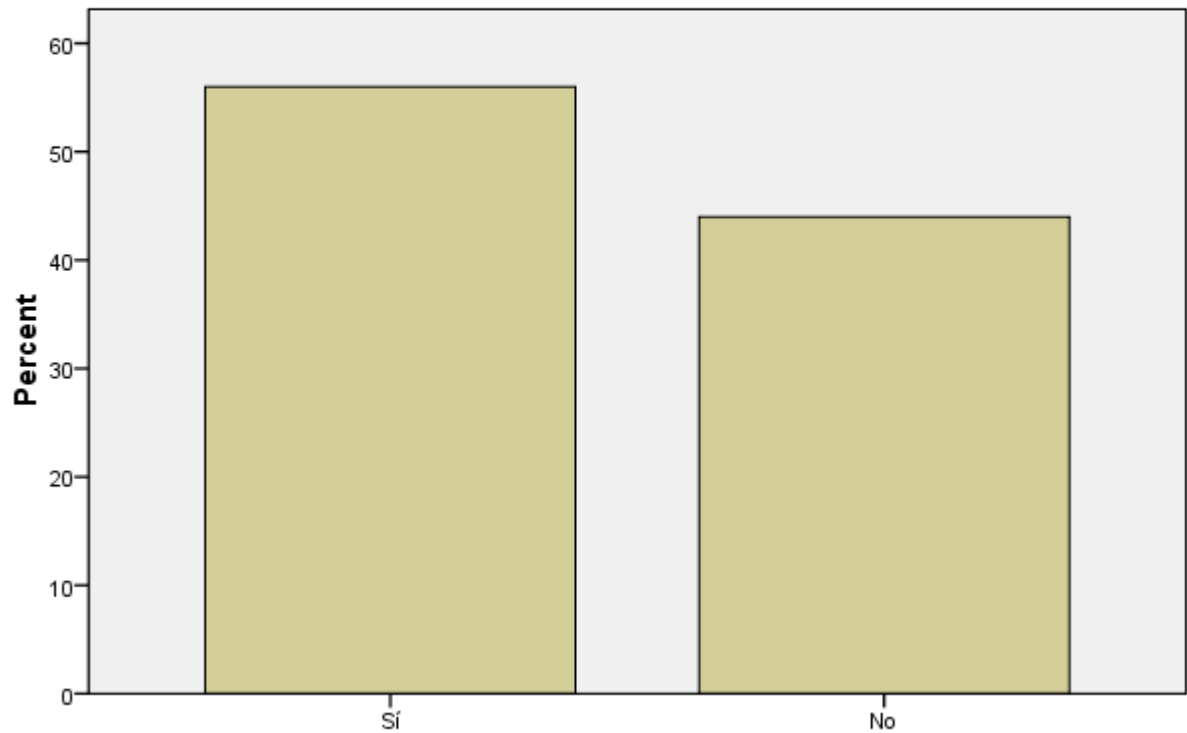
¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?



¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

ANEXOS G

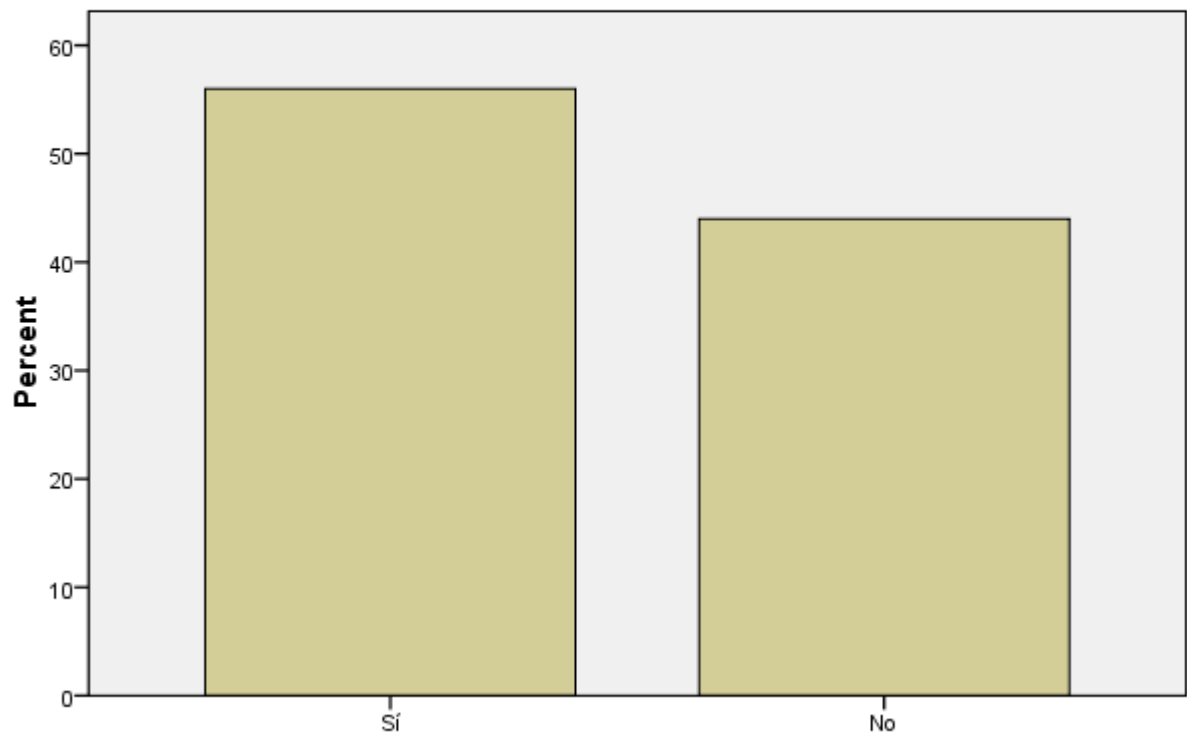
¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?



¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

ANEXOS G

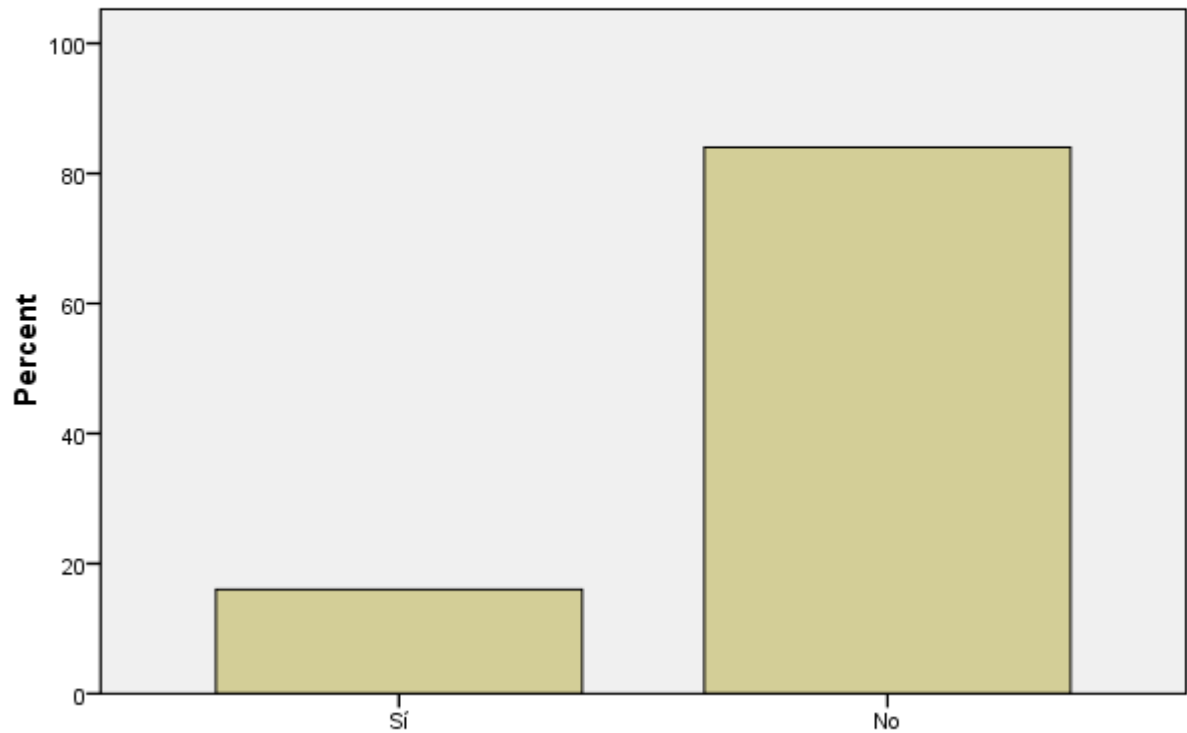
¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?



¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?

ANEXOS G

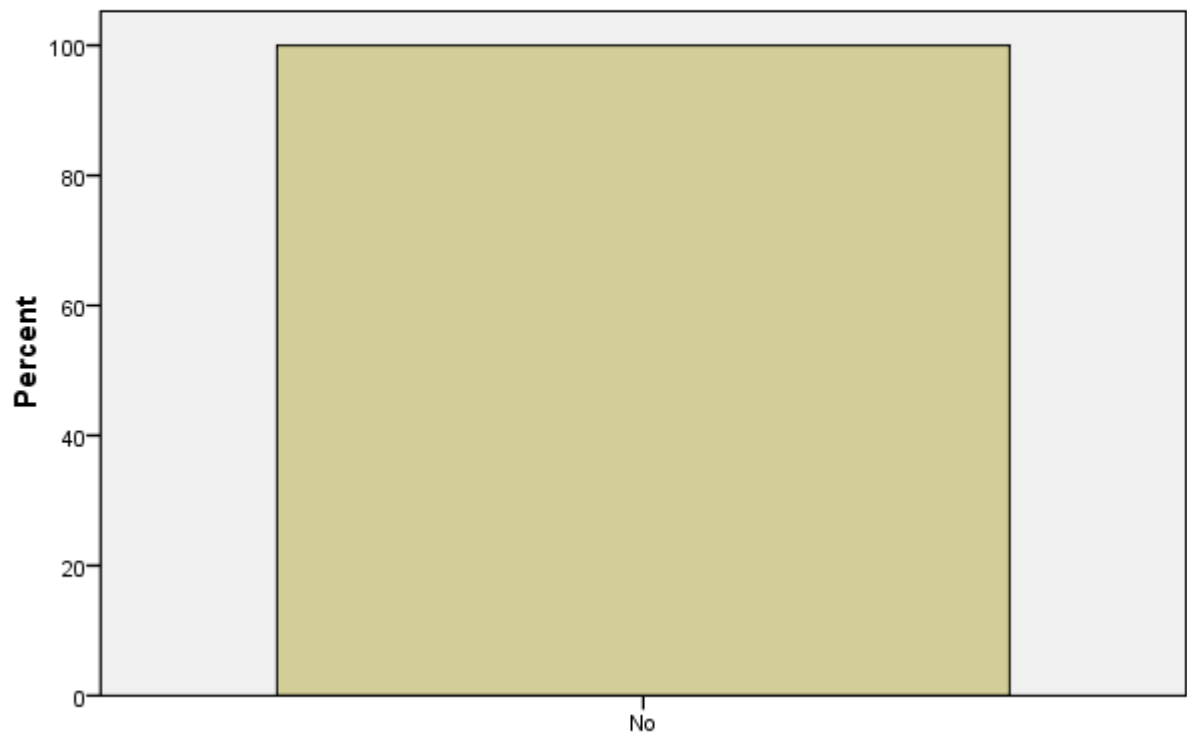
¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?



¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

ANEXOS G

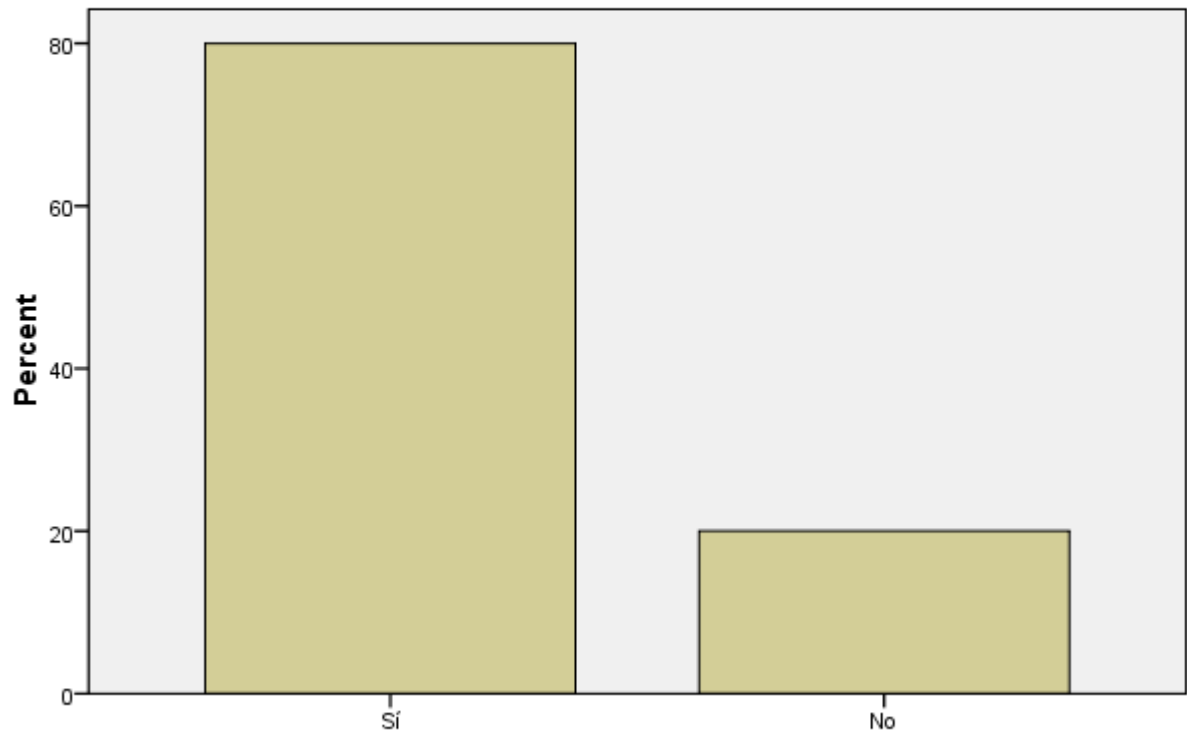
¿No has asistido a ninguno?



¿No has asistido a ninguno?

ANEXOS G

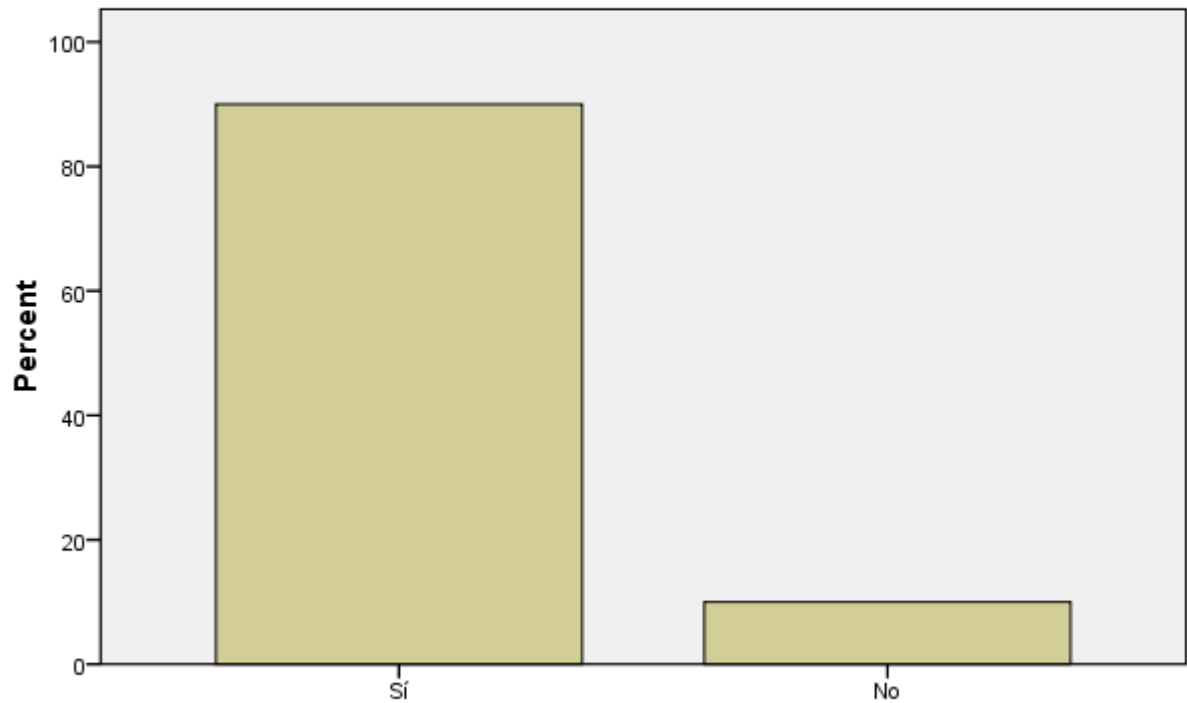
¿Leerías una revista digital de corte underground?



¿Leerías una revista digital de corte underground?

ANEXOS G

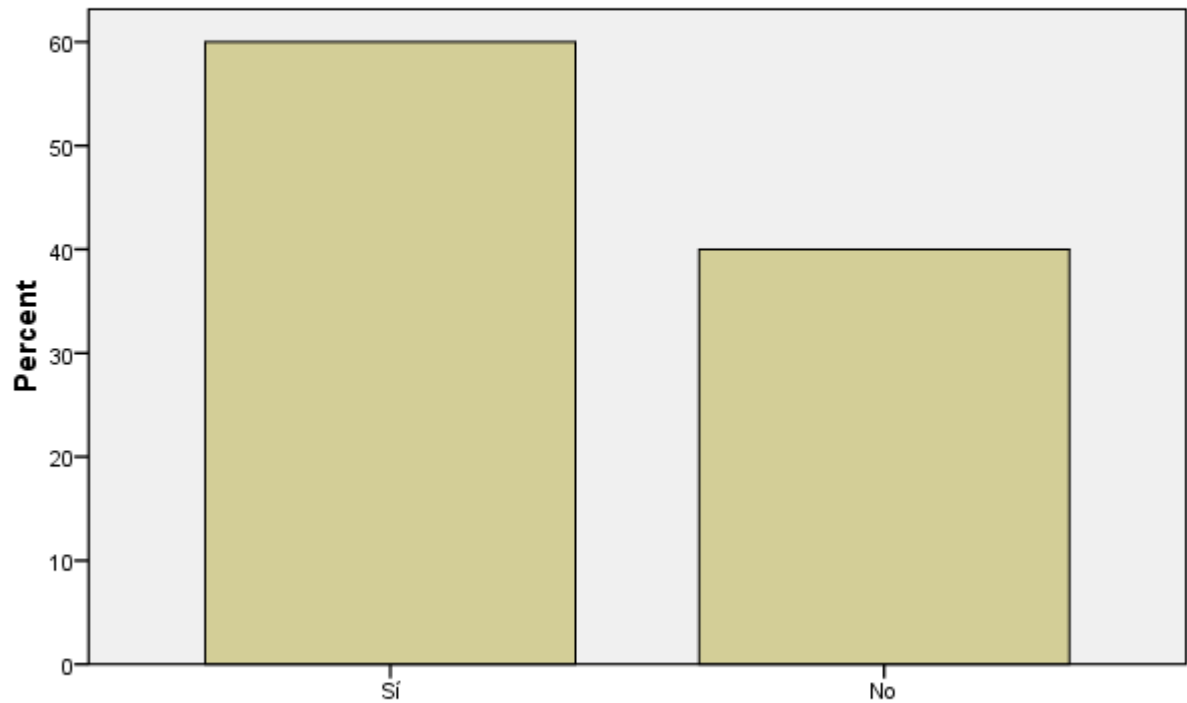
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?

ANEXOS G

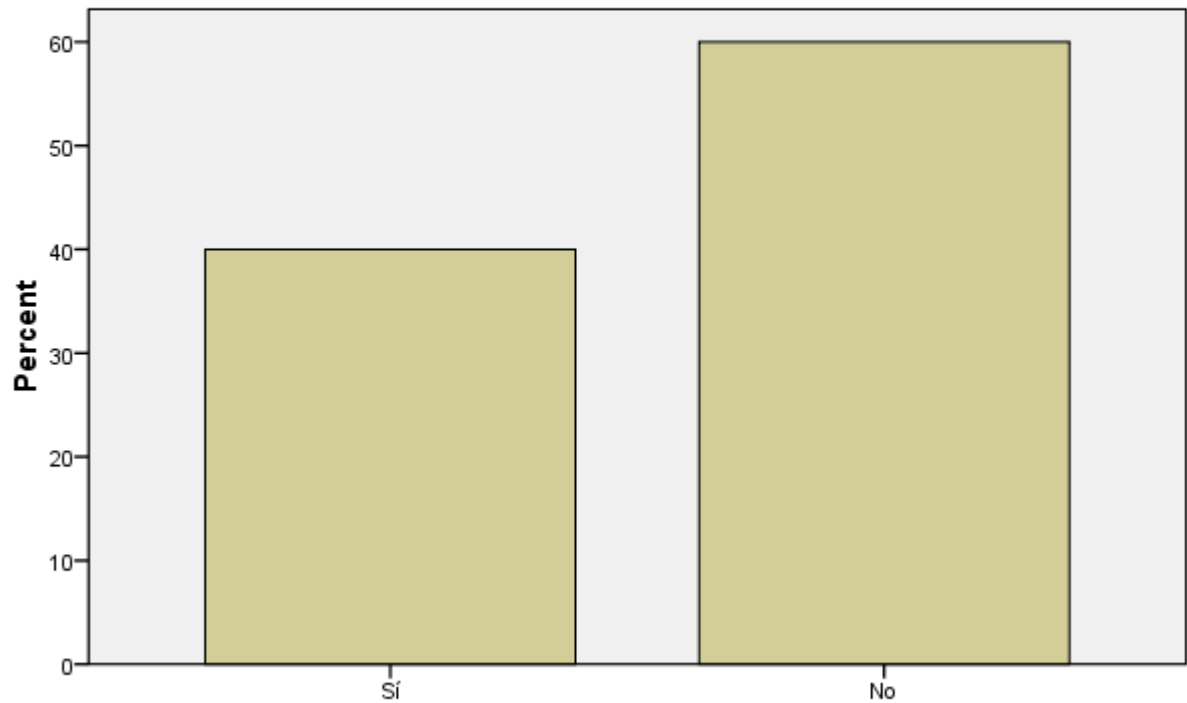
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?

ANEXOS G

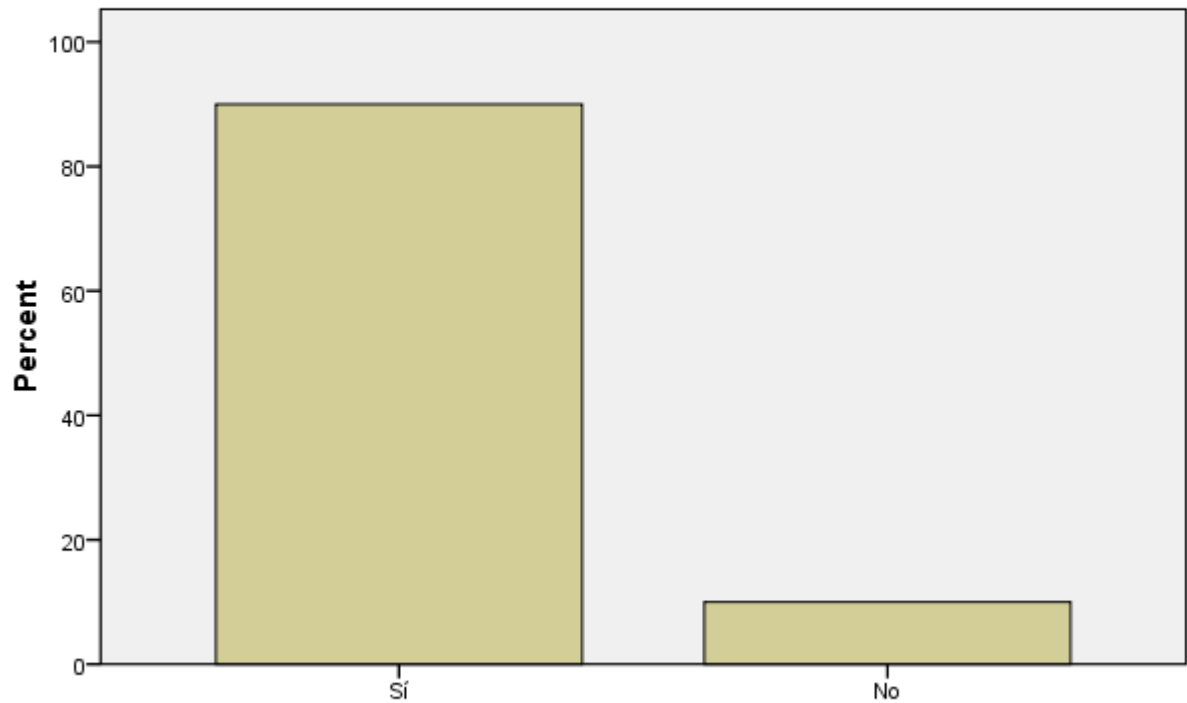
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?

ANEXOS G

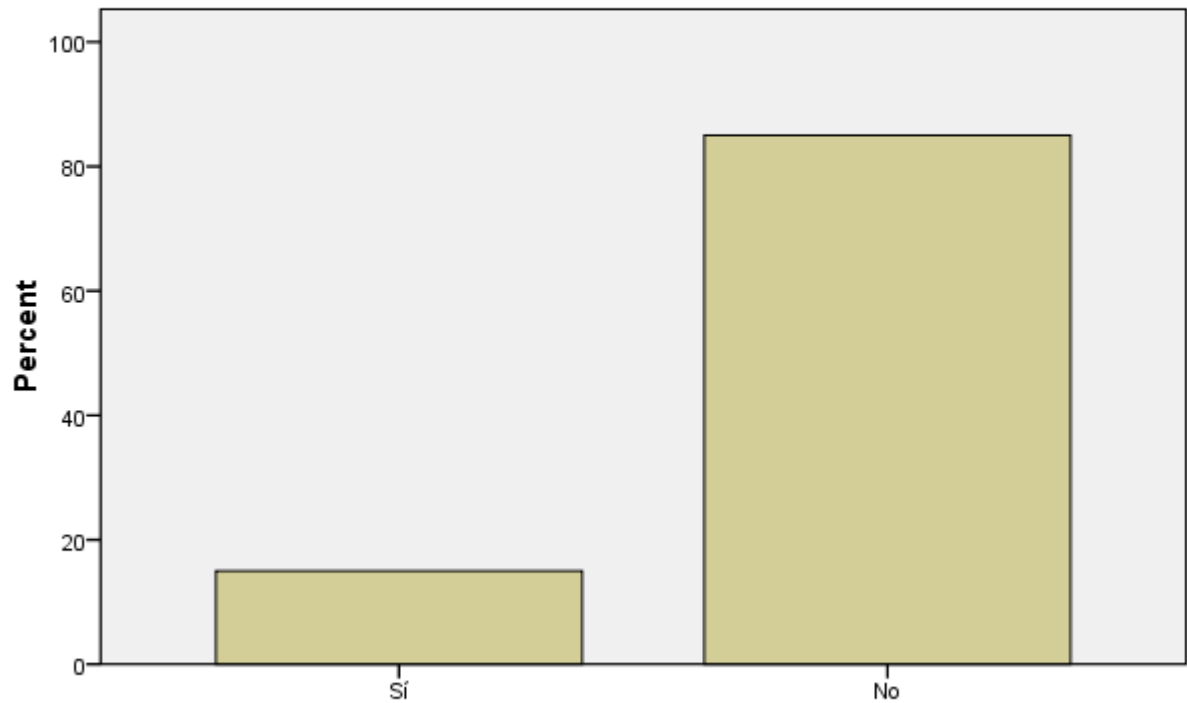
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?

ANEXOS G

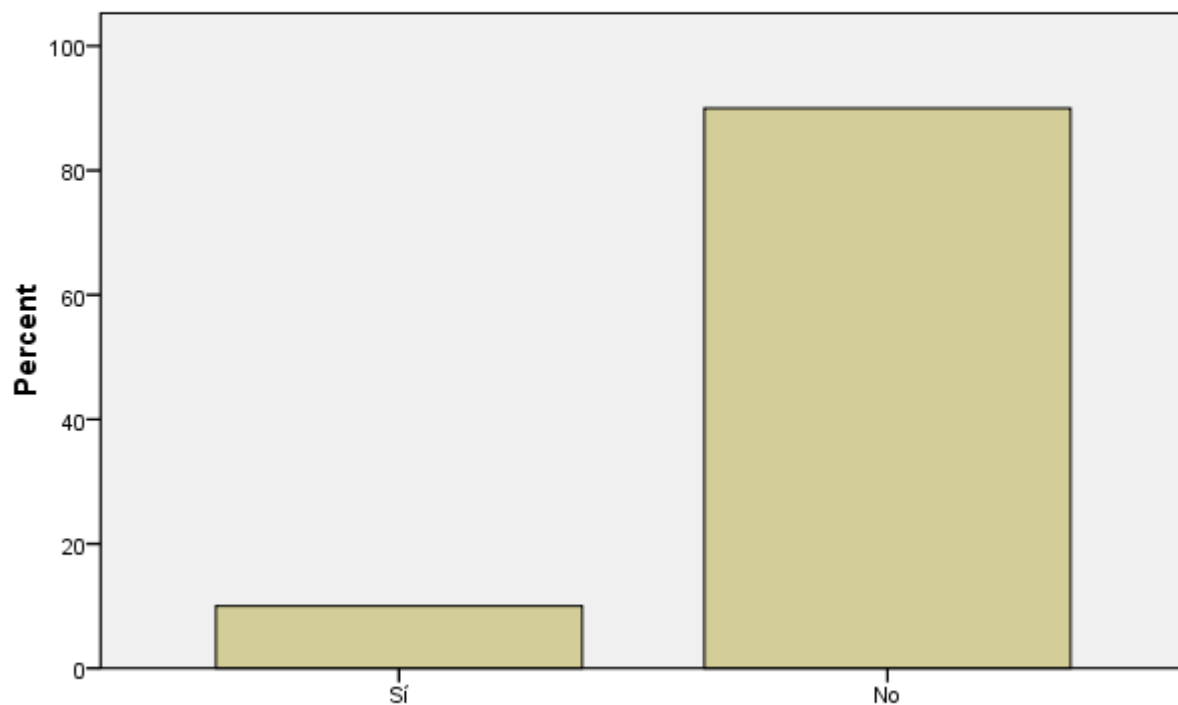
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?

ANEXOS G

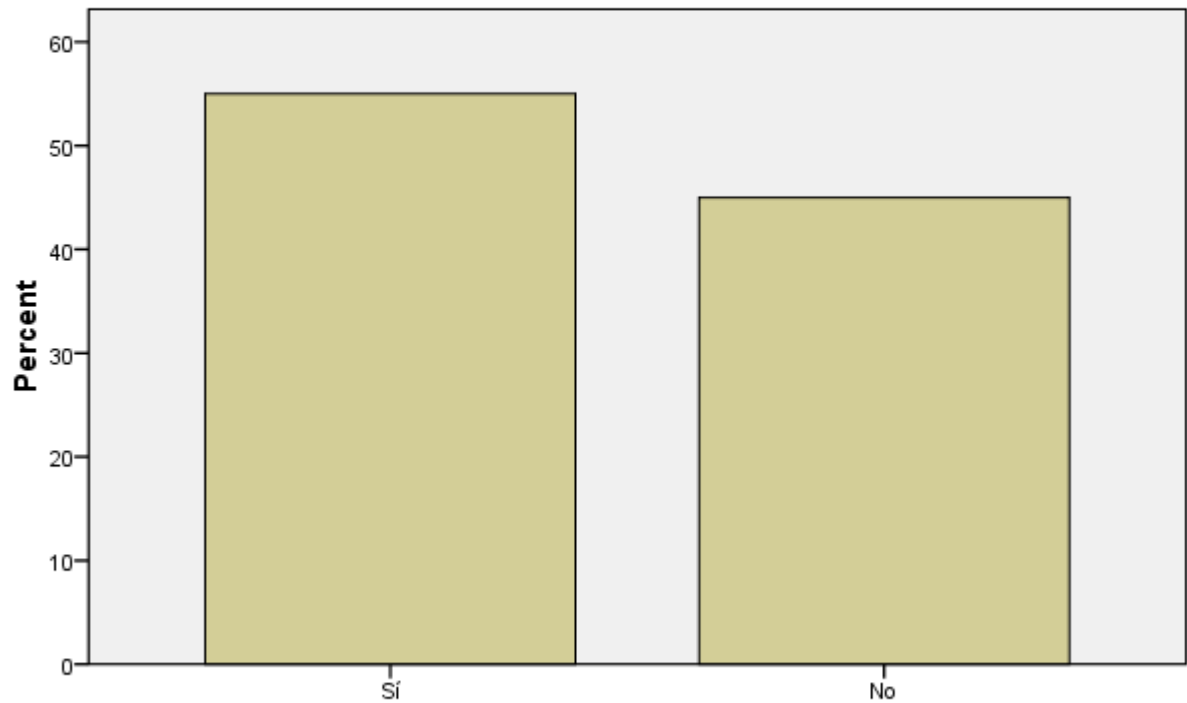
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?

ANEXOS G

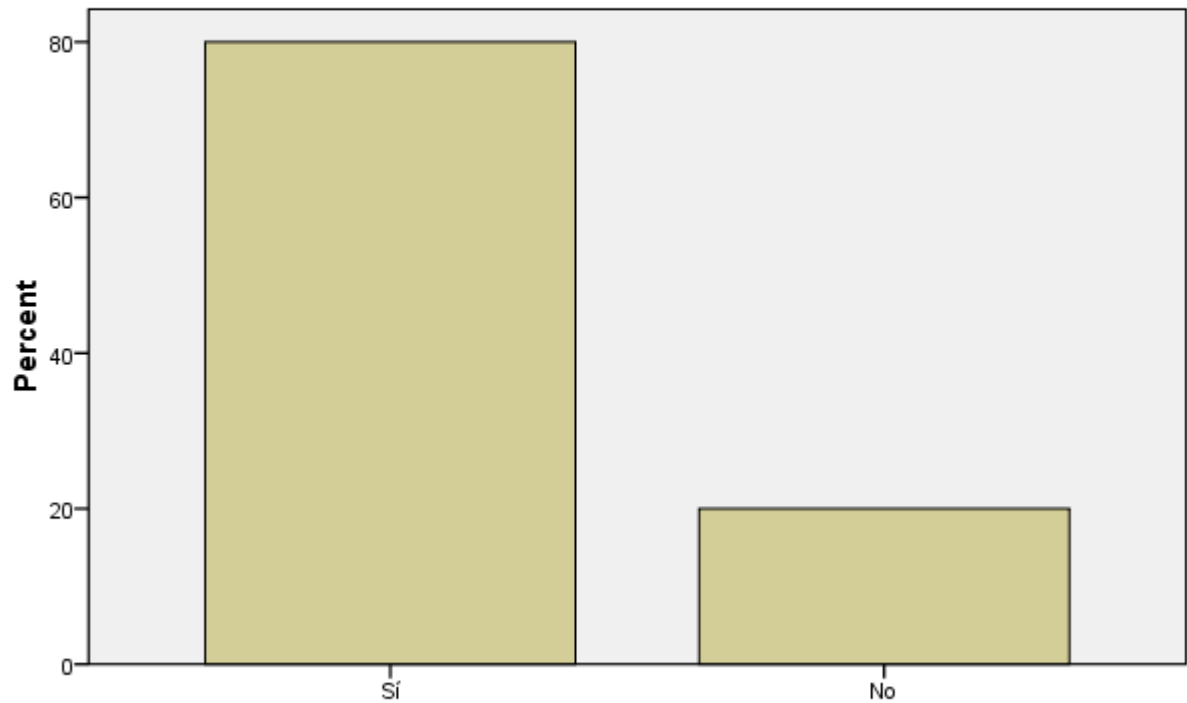
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?

ANEXOS G

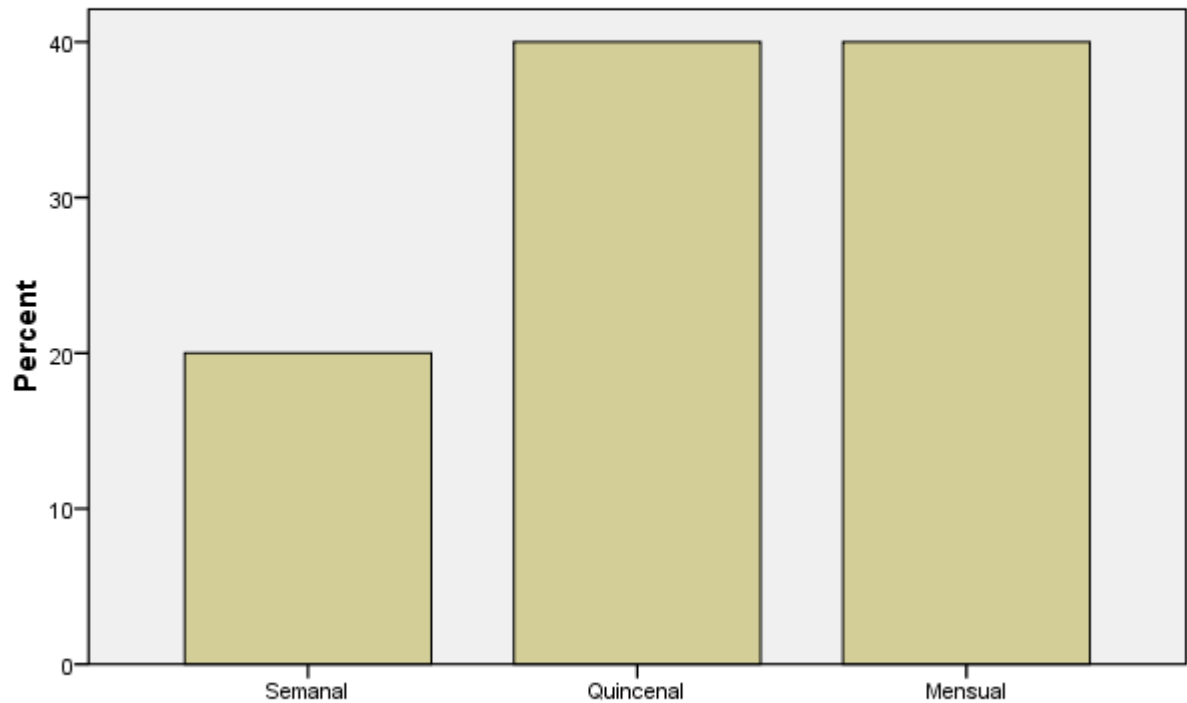
¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?



¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?

ANEXOS G

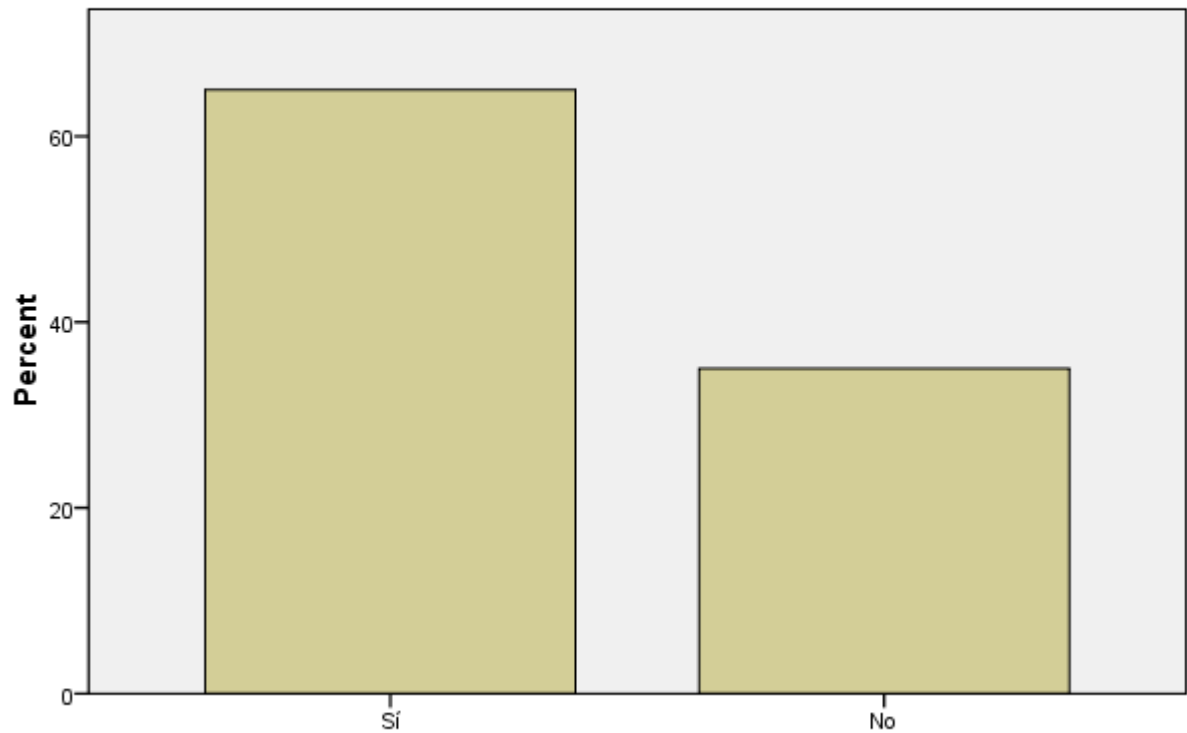
¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?



¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

ANEXOS G

¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?



¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

ANEXOS H

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Edad * ¿Qué tipo de revistas prefieres leer?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Edad * ¿Con qué frecuencia utilizas Internet?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Edad * ¿Visitas páginas Web informativas?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Edad * ¿Visitas páginas Web educativas?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Edad * ¿Visitas redes sociales?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Edad * ¿Visitas páginas Web culturales?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Edad * ¿Visitas páginas Web corporativas?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Edad * ¿Alguna vez has leído una revista digital?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Edad * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	174	87,0%	26	13,0%	200	100,0%
Edad * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	174	87,0%	26	13,0%	200	100,0%
Edad * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	174	87,0%	26	13,0%	200	100,0%
Edad * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	184	92,0%	16	8,0%	200	100,0%
Edad * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	185	92,5%	15	7,5%	200	100,0%
Edad * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	184	92,0%	16	8,0%	200	100,0%

ANEXOS H

Edad * ¿Conoces el término Underground?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Edad * ¿Te identificas con este estilo?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Edad * ¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Edad * ¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Edad * ¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Edad * ¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Edad * ¿No has asistido a ninguno?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Edad * ¿Leerías una revista digital de corte underground?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Edad * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?	169	84,5%	31	15,5%	200	100,0%
Edad * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?	169	84,5%	31	15,5%	200	100,0%
Edad * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?	165	82,5%	35	17,5%	200	100,0%
Edad * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?	165	82,5%	35	17,5%	200	100,0%
Edad * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?	165	82,5%	35	17,5%	200	100,0%

ANEXOS H

Edad * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?	165	82,5%	35	17,5%	200	100,0%
Edad * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?	165	82,5%	35	17,5%	200	100,0%
Edad * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?	165	82,5%	35	17,5%	200	100,0%
Edad * ¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?	165	82,5%	35	17,5%	200	100,0%
Edad * ¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?	166	83,0%	34	17,0%	200	100,0%

Edad * ¿Qué tipo de revistas prefieres leer?

Crosstab

Count

		¿Qué tipo de revistas prefieres leer?				
		Especializadas	Variedades	Políticas	Deportivas	De Economía
Edad	16	0	0	0	1	0
	17	0	1	0	0	0
	18	5	4	0	1	0
	19	9	11	2	7	0
	20	5	10	0	7	0
	21	8	12	0	4	0
	22	10	13	0	3	0
	23	7	11	1	2	1
	24	4	8	0	2	0

ANEXOS H

25	3	3	1	2	0
26	2	2	0	3	0
27	1	0	0	0	0
28	0	2	0	0	0
29	1	0	0	1	0
31	1	0	0	0	0
32	1	1	0	0	0
36	1	0	0	0	0
Total	58	78	4	33	1

Crosstab

Count

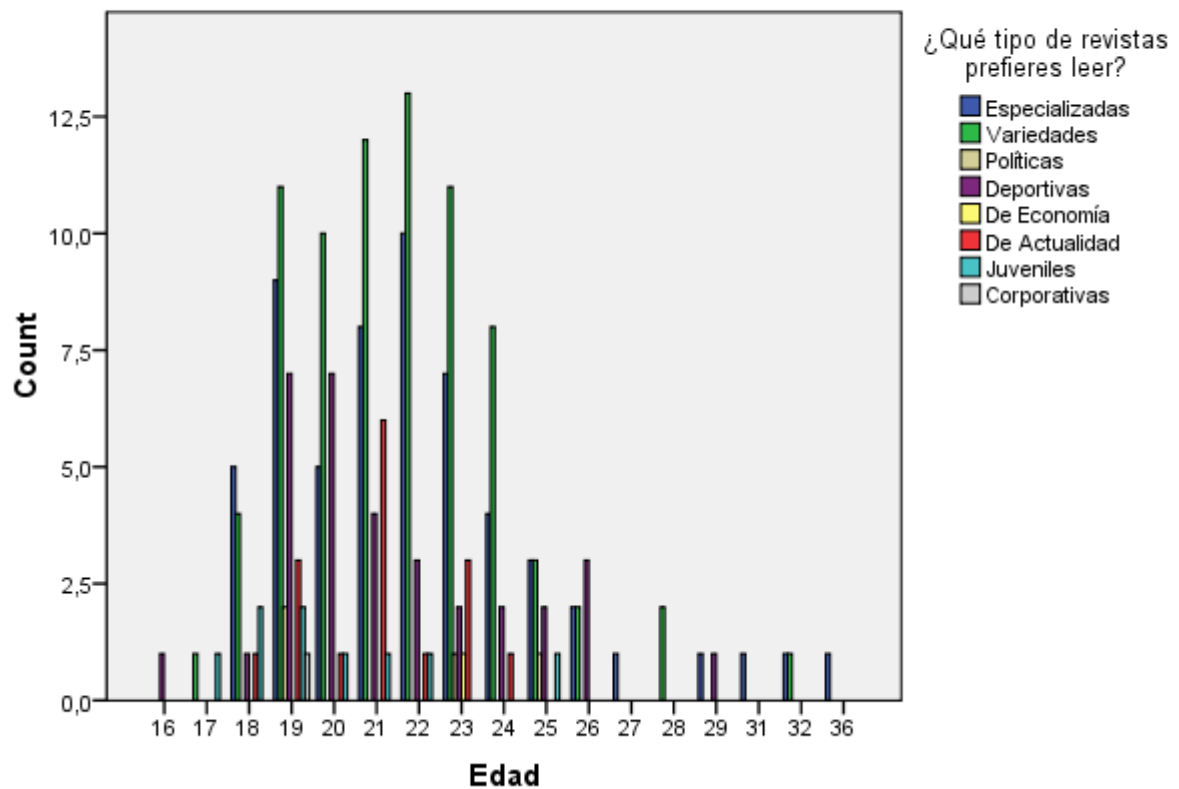
		¿Qué tipo de revistas prefieres leer?			Total
		De Actualidad	Juveniles	Corporativas	
Edad	16	0	0	0	1
	17	0	1	0	2
	18	1	2	0	13
	19	3	2	1	35
	20	1	1	0	24
	21	6	1	0	31
	22	1	1	0	28
	23	3	0	0	25
	24	1	0	0	15
	25	0	1	0	10
	26	0	0	0	7
	27	0	0	0	1
	28	0	0	0	2
	29	0	0	0	2
	31	0	0	0	1
	32	0	0	0	2
	36	0	0	0	1
	Total	16	9	1	200

ANEXOS H

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,195
		¿Qué tipo de revistas prefieres leer? Dependent	,241

Bar Chart



Edad * ¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

Crosstab

Count

	¿Con qué frecuencia utilizas Internet?	

ANEXOS H

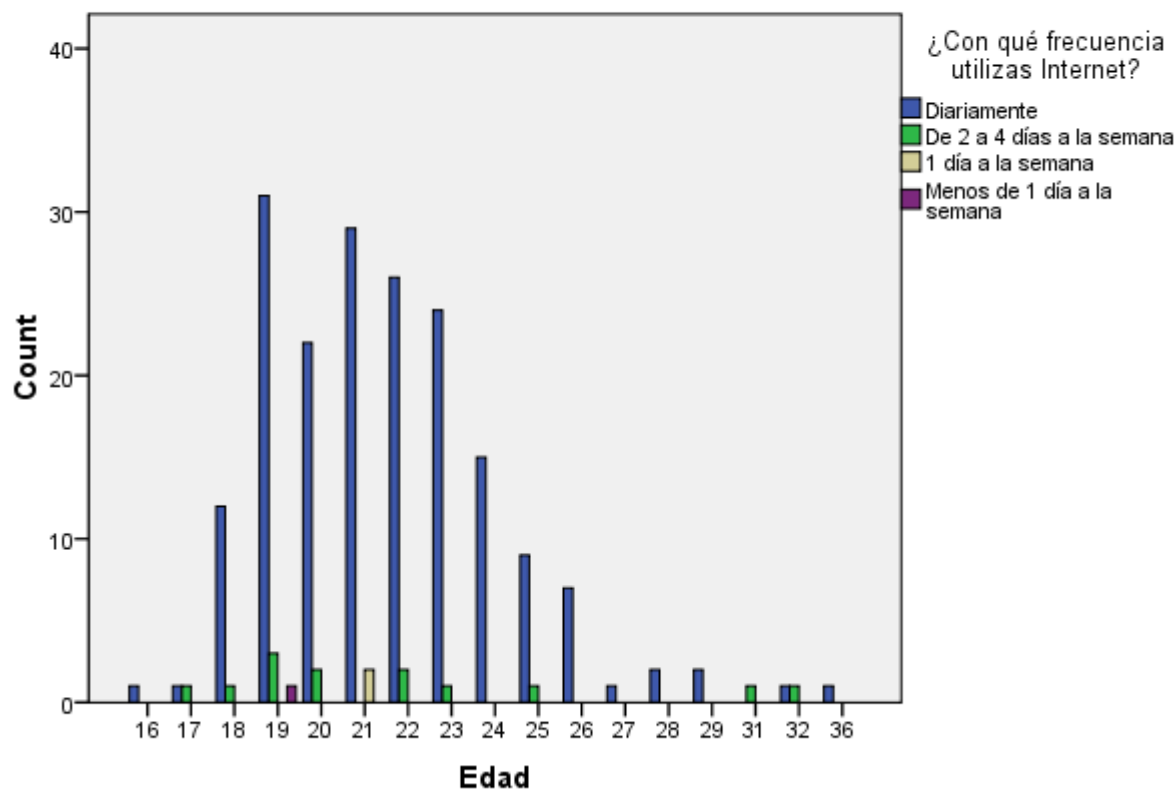
		Diariamente	De 2 a 4 días a la semana	1 día a la semana	Menos de 1 día a la semana	Total
Edad	16	1	0	0	0	1
	17	1	1	0	0	2
	18	12	1	0	0	13
	19	31	3	0	1	35
	20	22	2	0	0	24
	21	29	0	2	0	31
	22	26	2	0	0	28
	23	24	1	0	0	25
	24	15	0	0	0	15
	25	9	1	0	0	10
	26	7	0	0	0	7
	27	1	0	0	0	1
	28	2	0	0	0	2
	29	2	0	0	0	2
	31	0	1	0	0	1
	32	1	1	0	0	2
	36	1	0	0	0	1
	Total	184	13	2	1	200

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,078
		¿Con qué frecuencia utilizas Internet? Dependent	,272

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Visitas páginas Web informativas?

Crosstab

		¿Visitas páginas Web informativas?		
		Sí	No	Total
Edad	16	1	0	1
	17	2	0	2
	18	8	5	13
	19	26	9	35
	20	18	6	24

ANEXOS H

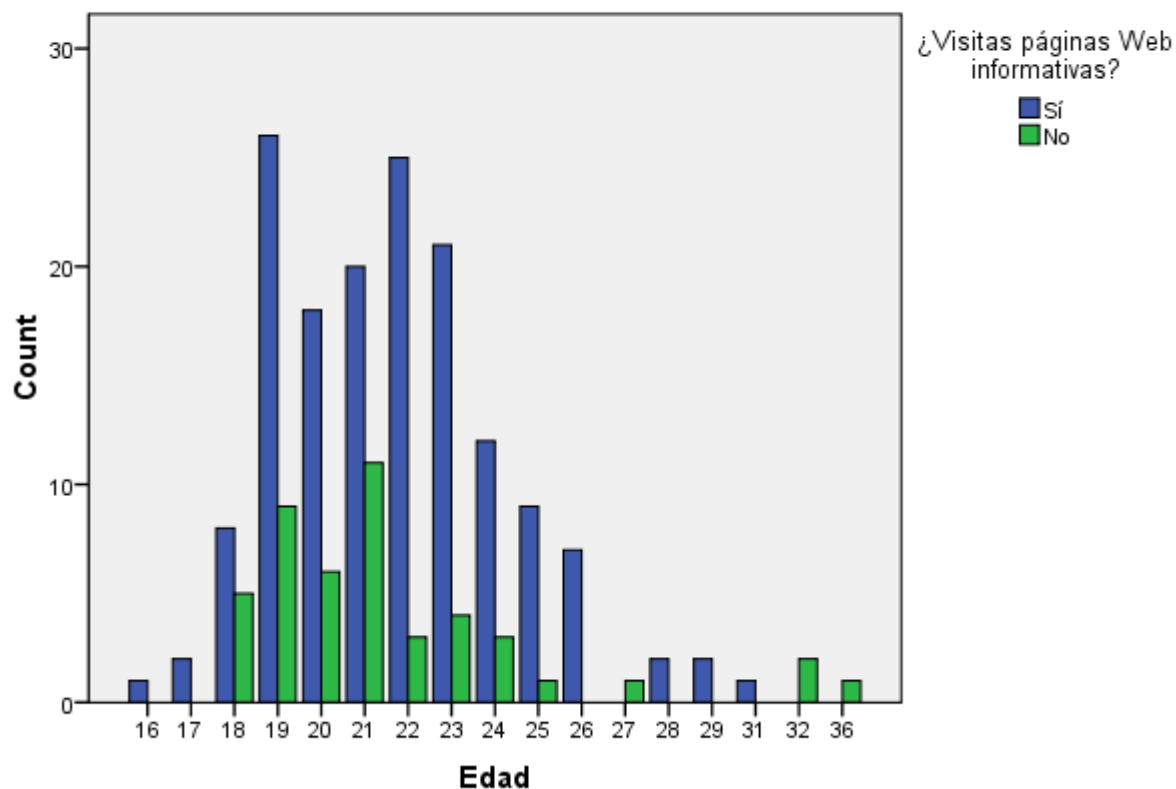
21	20	11	31
22	25	3	28
23	21	4	25
24	12	3	15
25	9	1	10
26	7	0	7
27	0	1	1
28	2	0	2
29	2	0	2
31	1	0	1
32	0	2	2
36	0	1	1
Total	154	46	200

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,013
		¿Visitas páginas Web informativas? Dependent	,365

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Visitas páginas Web educativas?

Crosstab

Count

		¿Visitas páginas Web educativas?		
		Sí	No	Total
Edad	16	0	1	1
	17	2	0	2
	18	8	5	13
	19	22	13	35
	20	12	12	24
	21	11	20	31

ANEXOS H

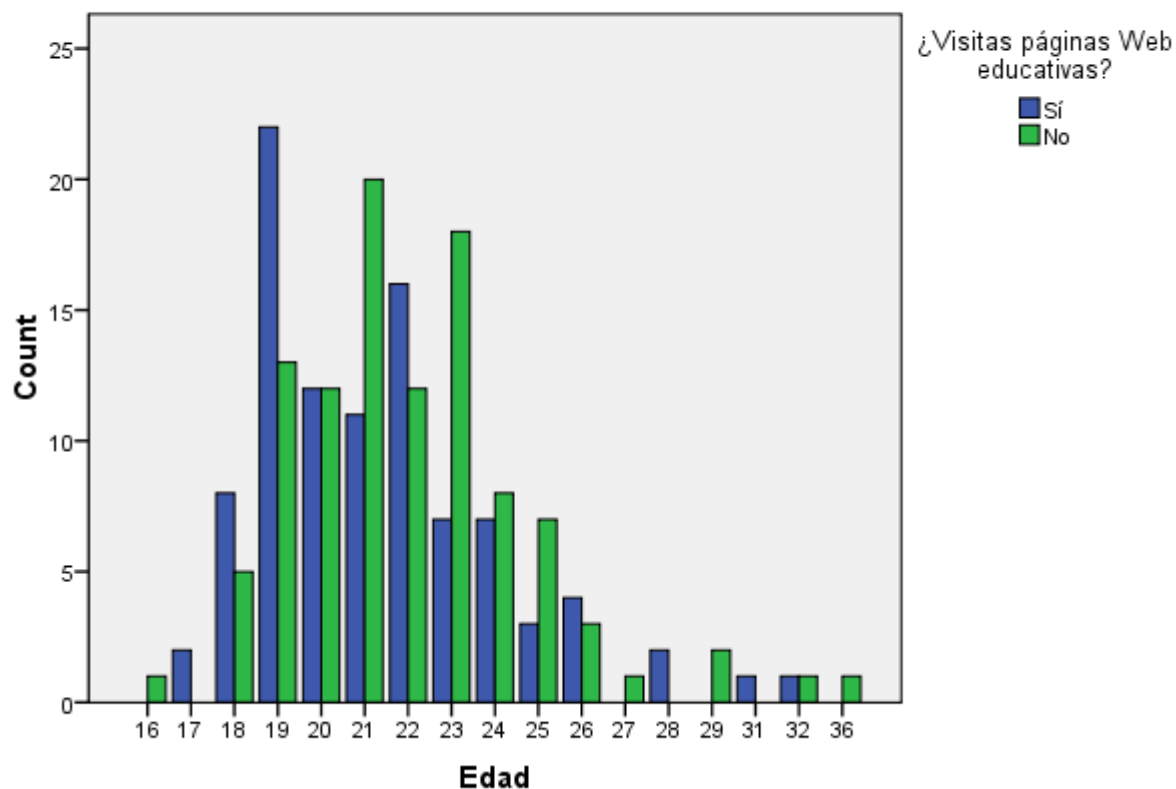
22	16	12	28
23	7	18	25
24	7	8	15
25	3	7	10
26	4	3	7
27	0	1	1
28	2	0	2
29	0	2	2
31	1	0	1
32	1	1	2
36	0	1	1
Total	96	104	200

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,120
		¿Visitas páginas Web educativas? Dependent	,336

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Visitas redes sociales?

Crosstab

		¿Visitas redes sociales?		
		Sí	No	Total
Edad	16	0	1	1
	17	2	0	2
	18	12	1	13
	19	31	4	35
	20	23	1	24
	21	28	3	31

ANEXOS H

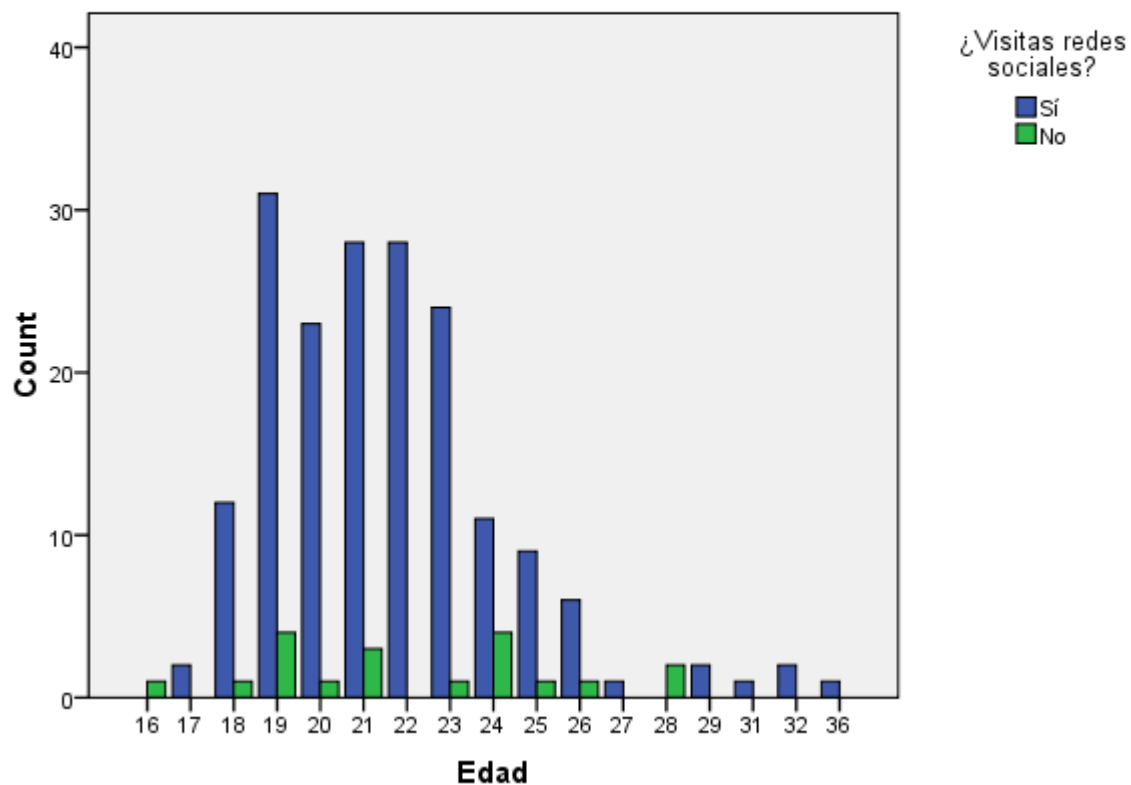
22	28	0	28
23	24	1	25
24	11	4	15
25	9	1	10
26	6	1	7
27	1	0	1
28	0	2	2
29	2	0	2
31	1	0	1
32	2	0	2
36	1	0	1
Total	181	19	200

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,042
		¿Visitas redes sociales? Dependent	,445

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Visitas páginas Web culturales?

Crosstab

Count

		¿Visitas páginas Web culturales?		
		Sí	No	Total
Edad	16	0	1	1
	17	0	2	2
	18	4	9	13
	19	22	13	35
	20	10	14	24
	21	15	16	31

ANEXOS H

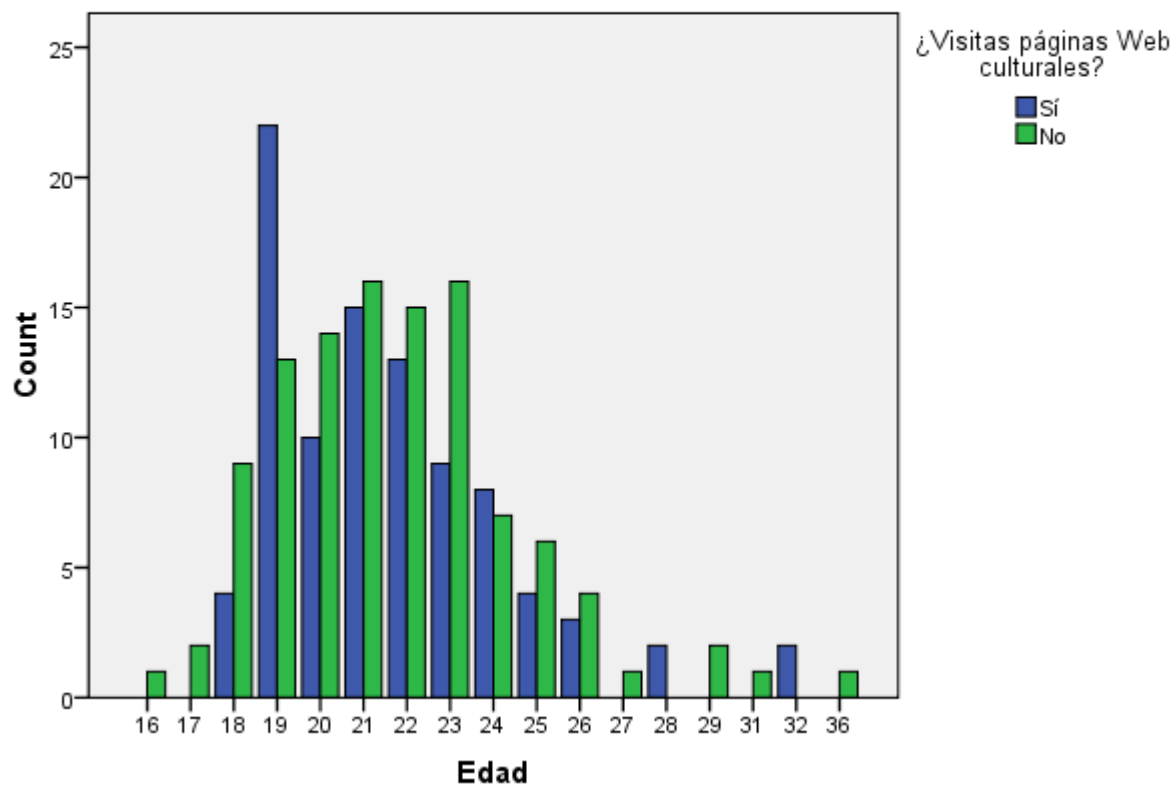
22	13	15	28
23	9	16	25
24	8	7	15
25	4	6	10
26	3	4	7
27	0	1	1
28	2	0	2
29	0	2	2
31	0	1	1
32	2	0	2
36	0	1	1
Total	92	108	200

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,021
		¿Visitas páginas Web culturales? Dependent	,304

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Visitas páginas Web corporativas?

Crosstab

		¿Visitas páginas Web corporativas?		
		Sí	No	Total
Edad	16	0	1	1
	17	2	0	2
	18	3	10	13
	19	9	26	35
	20	5	19	24

ANEXOS H

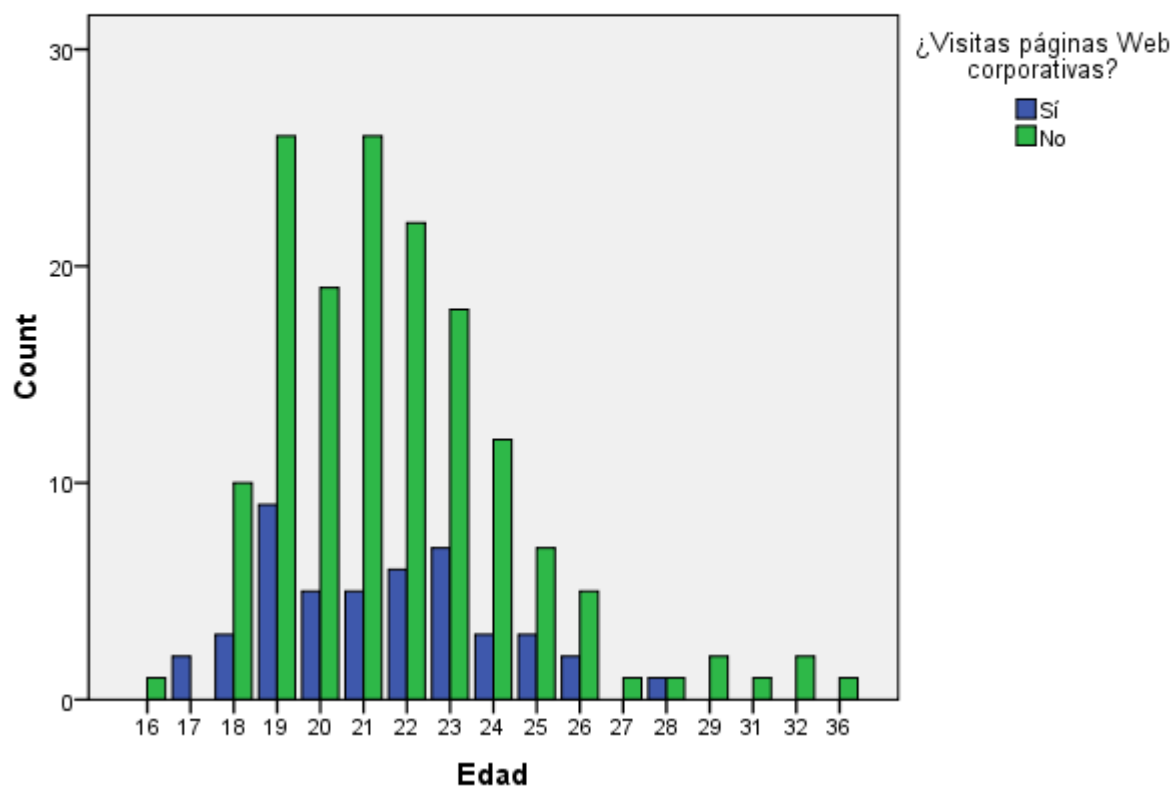
21	5	26	31
22	6	22	28
23	7	18	25
24	3	12	15
25	3	7	10
26	2	5	7
27	0	1	1
28	1	1	2
29	0	2	2
31	0	1	1
32	0	2	2
36	0	1	1
Total	46	154	200

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,054
		¿Visitas páginas Web corporativas? Dependent	,243

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Alguna vez has leído una revista digital?

Crosstab

		¿Alguna vez has leído una revista digital?		
		Sí	No	Total
Edad	16	0	1	1
	17	2	0	2
	18	8	5	13
	19	17	18	35
	20	16	8	24

ANEXOS H

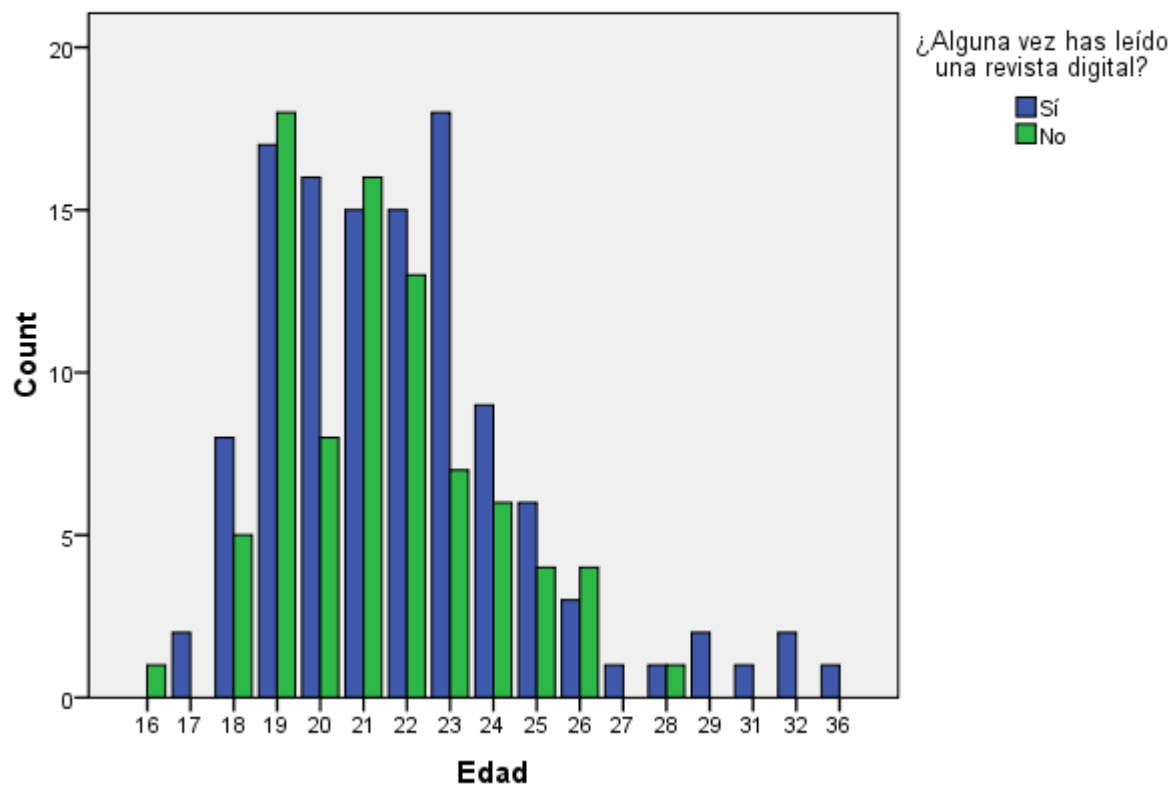
21	15	16	31
22	15	13	28
23	18	7	25
24	9	6	15
25	6	4	10
26	3	4	7
27	1	0	1
28	1	1	2
29	2	0	2
31	1	0	1
32	2	0	2
36	1	0	1
Total	117	83	200

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,112
		¿Alguna vez has leído una revista digital? Dependent	,266

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

Crosstab

Count

		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?		
		Sí	No	Total
Edad	16	0	1	1
	17	0	1	1
	18	7	4	11
	19	16	13	29

ANEXOS H

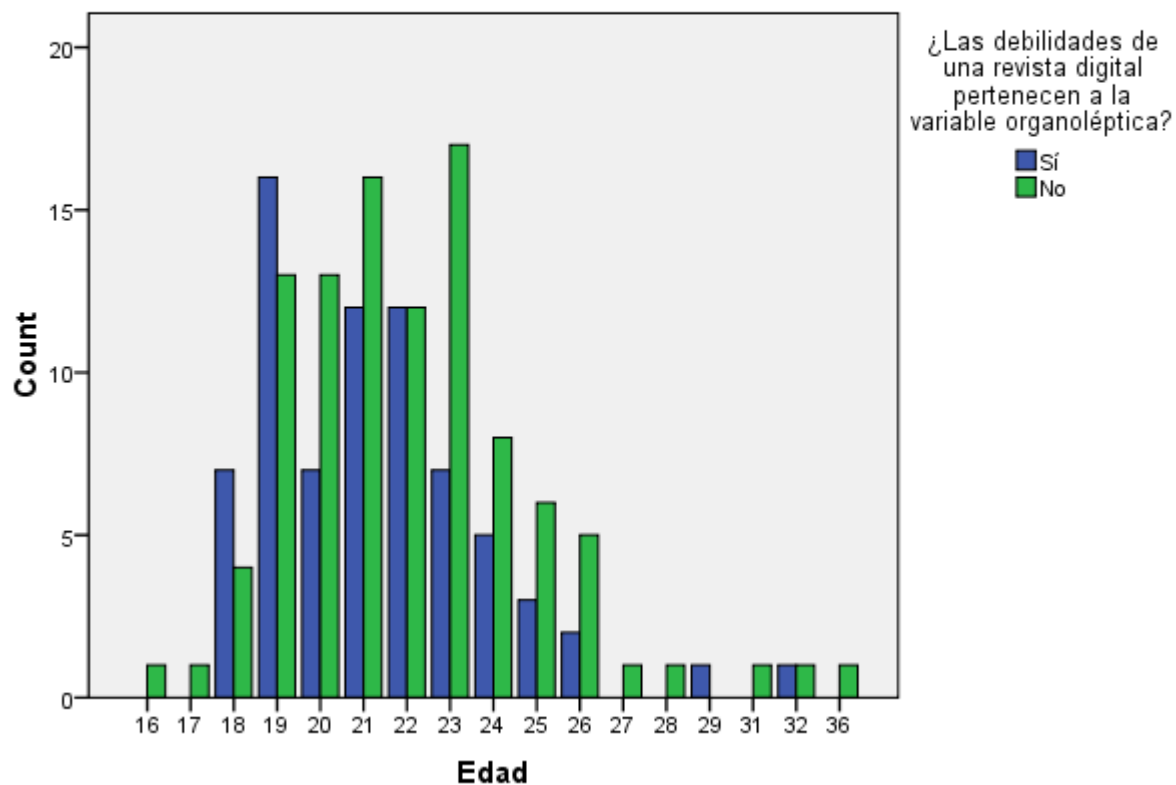
20	7	13	20
21	12	16	28
22	12	12	24
23	7	17	24
24	5	8	13
25	3	6	9
26	2	5	7
27	0	1	1
28	0	1	1
29	1	0	1
31	0	1	1
32	1	1	2
36	0	1	1
Total	73	101	174

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,131
		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	,278
		Dependent	

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

Crosstab

Count

		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?		
		Sí	No	Total
Edad	16	1	0	1
	17	1	0	1
	18	2	9	11
	19	14	15	29

ANEXOS H

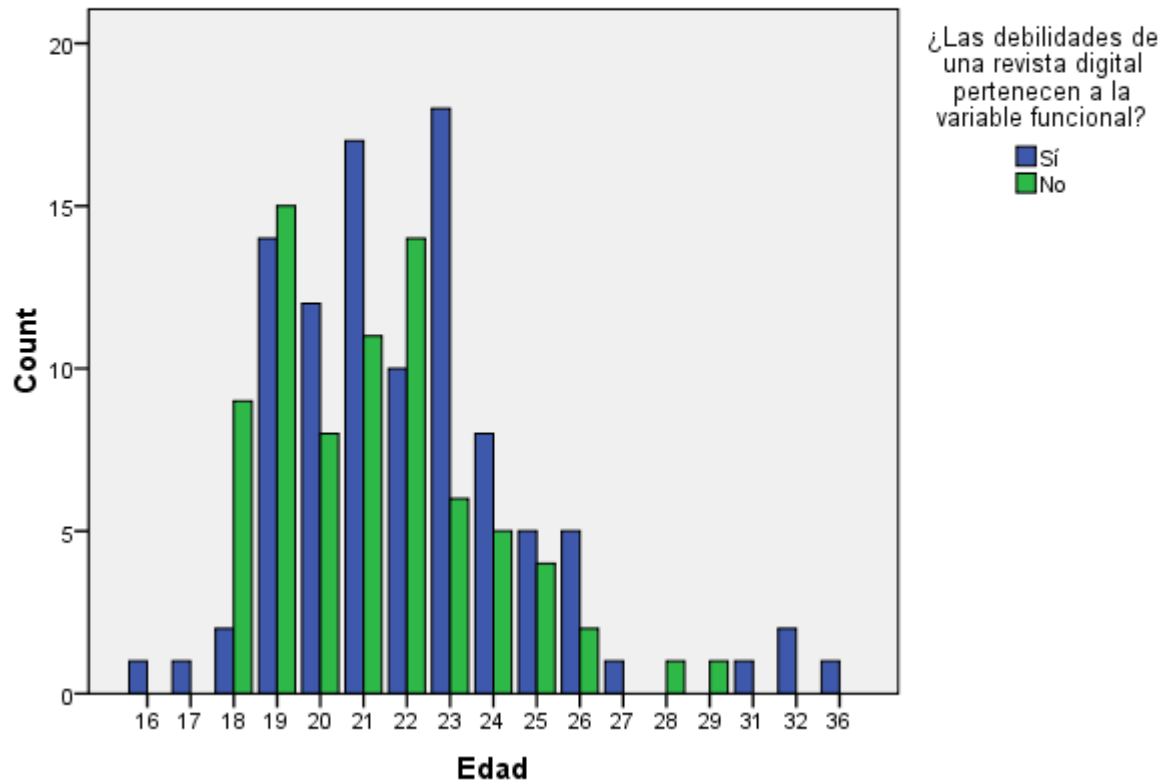
20	12	8	20
21	17	11	28
22	10	14	24
23	18	6	24
24	8	5	13
25	5	4	9
26	5	2	7
27	1	0	1
28	0	1	1
29	0	1	1
31	1	0	1
32	2	0	2
36	1	0	1
Total	98	76	174

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,160
		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	,355
		Dependent	

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

Crosstab

Count

		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?			
		0	Sí	No	Total
Edad	16	0	0	1	1
	17	0	0	1	1
	18	0	2	9	11
	19	0	1	28	29

ANEXOS H

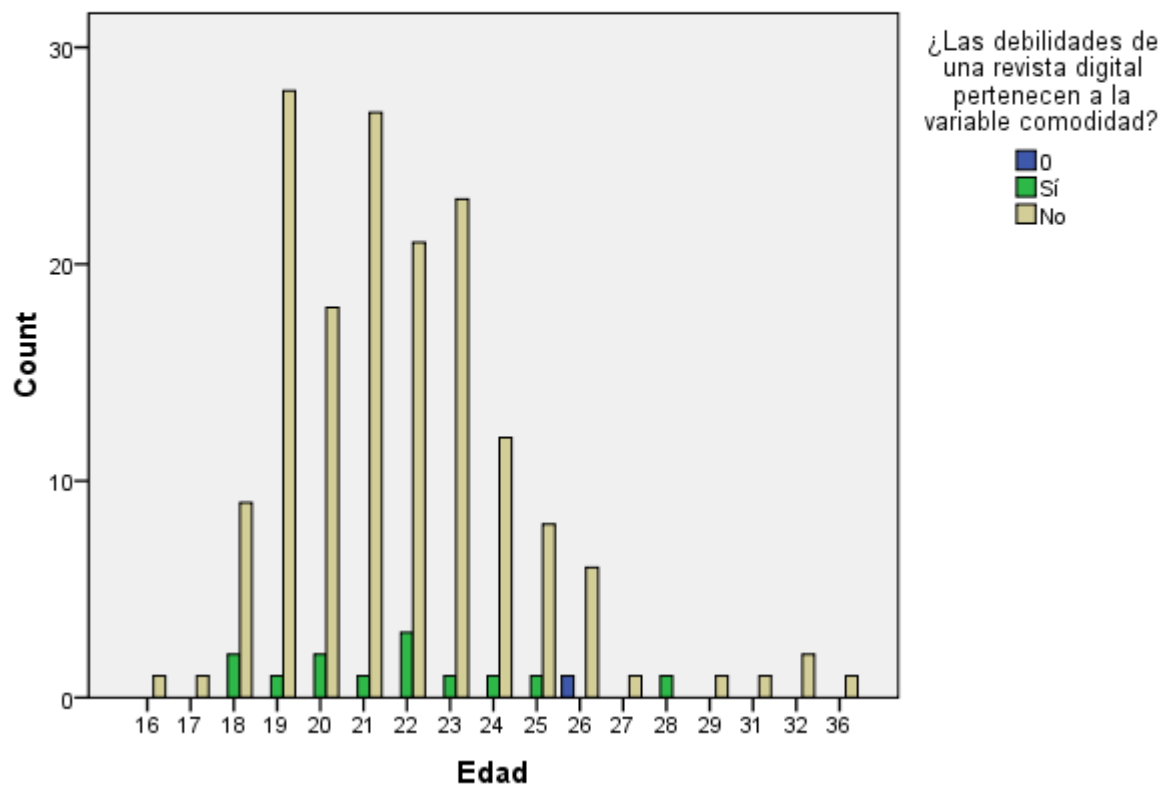
20	0	2	18	20
21	0	1	27	28
22	0	3	21	24
23	0	1	23	24
24	0	1	12	13
25	0	1	8	9
26	1	0	6	7
27	0	0	1	1
28	0	1	0	1
29	0	0	1	1
31	0	0	1	1
32	0	0	2	2
36	0	0	1	1
Total	1	13	160	174

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,112
		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	,311
		Dependent	

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

Crosstab

		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?		Total
		Sí	No	
Edad	16	0	1	1
	17	0	2	2
	18	0	13	13
	19	0	31	31

ANEXOS H

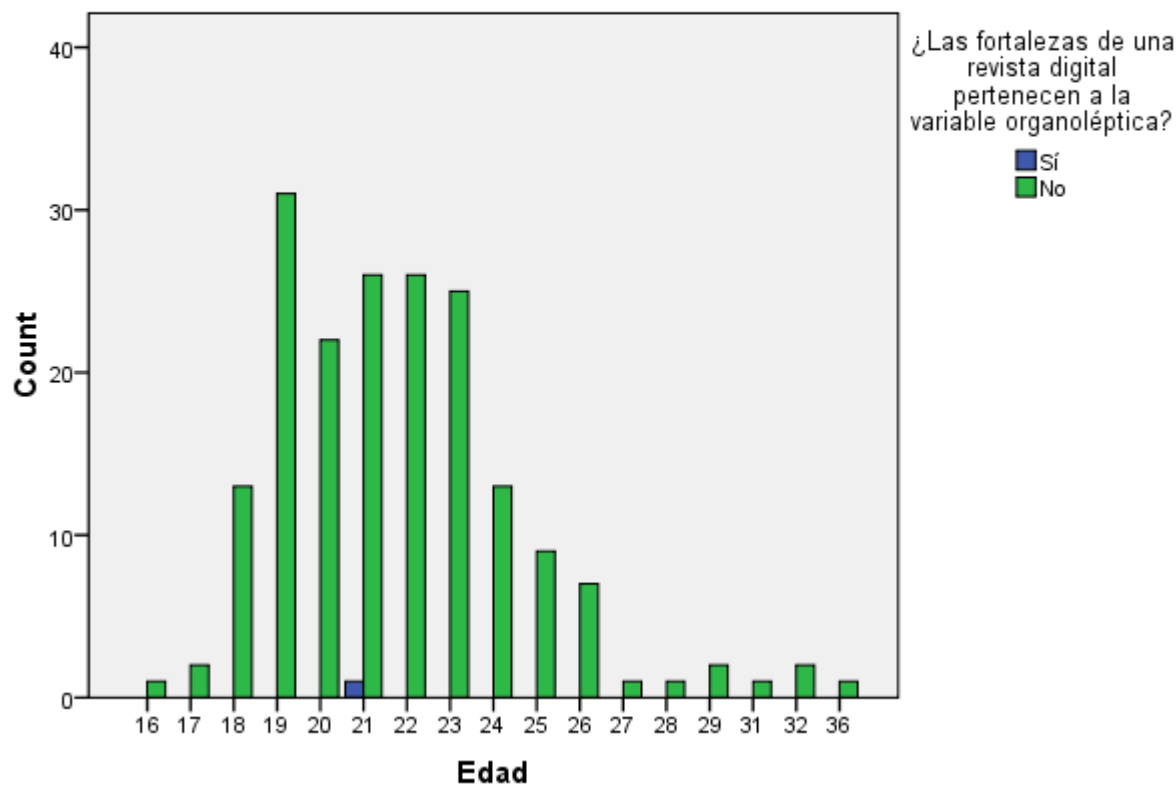
20	0	22	22
21	1	26	27
22	0	26	26
23	0	25	25
24	0	13	13
25	0	9	9
26	0	7	7
27	0	1	1
28	0	1	1
29	0	2	2
31	0	1	1
32	0	2	2
36	0	1	1
Total	1	183	184

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,017
		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	,178
		Dependent	

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

Crosstab

		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?		Total
		Sí	No	
Edad	16	0	1	1
	17	2	0	2
	18	9	4	13
	19	19	12	31

ANEXOS H

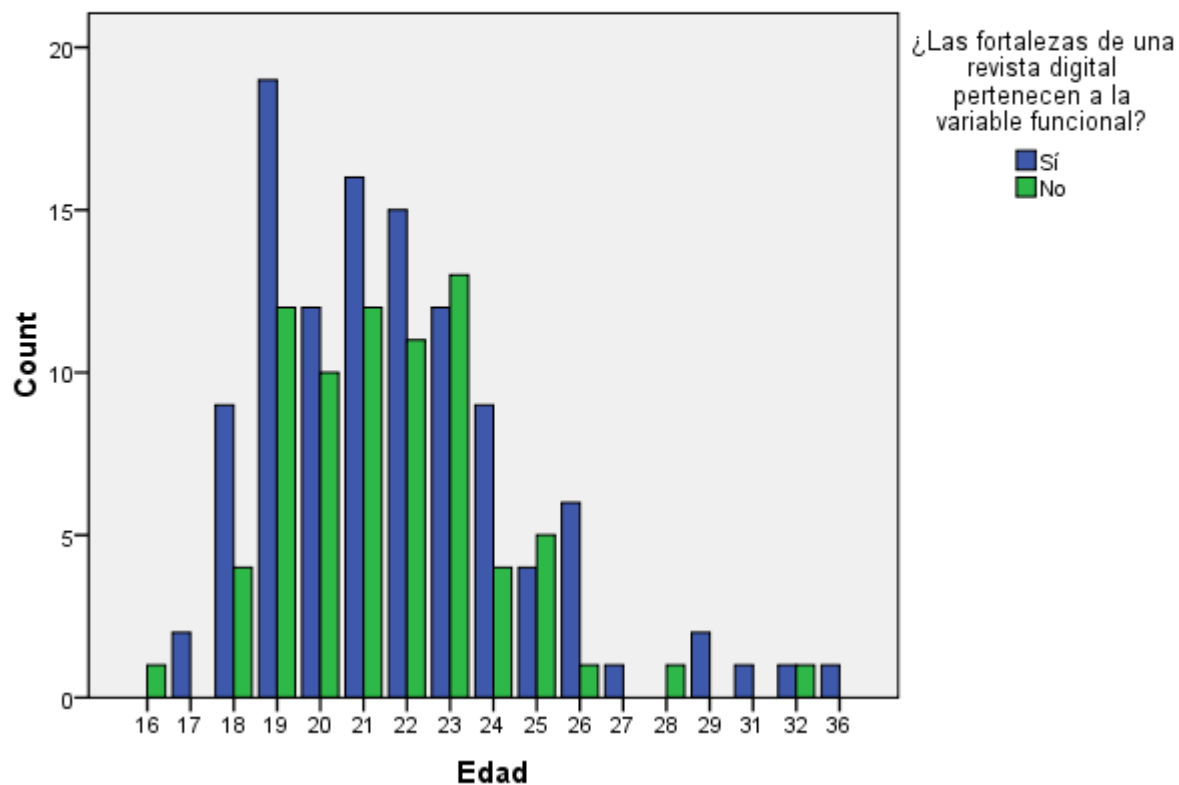
20	12	10	22
21	16	12	28
22	15	11	26
23	12	13	25
24	9	4	13
25	4	5	9
26	6	1	7
27	1	0	1
28	0	1	1
29	2	0	2
31	1	0	1
32	1	1	2
36	1	0	1
Total	110	75	185

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,038
		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	,269
		Dependent	

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

Crosstab

		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?		Total
		Sí	No	
Edad	16	1	0	1
	17	0	2	2
	18	5	8	13
	19	17	14	31

ANEXOS H

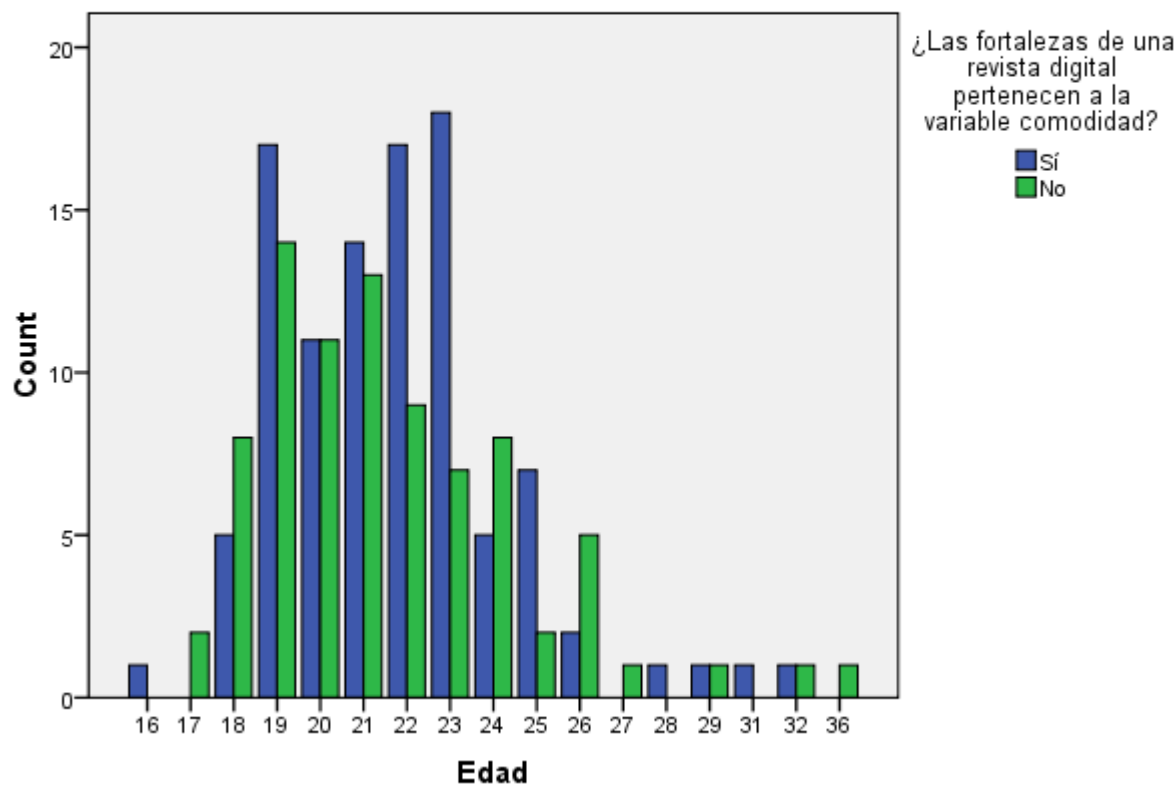
20	11	11	22
21	14	13	27
22	17	9	26
23	18	7	25
24	5	8	13
25	7	2	9
26	2	5	7
27	0	1	1
28	1	0	1
29	1	1	2
31	1	0	1
32	1	1	2
36	0	1	1
Total	101	83	184

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,029
		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	,317
		Dependent	

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Conoces el término Underground?

Crosstab

		¿Conoces el término Underground?		
		Sí	No	Total
Edad	16	1	0	1
	17	1	1	2
	18	7	6	13
	19	26	9	35
	20	20	4	24

ANEXOS H

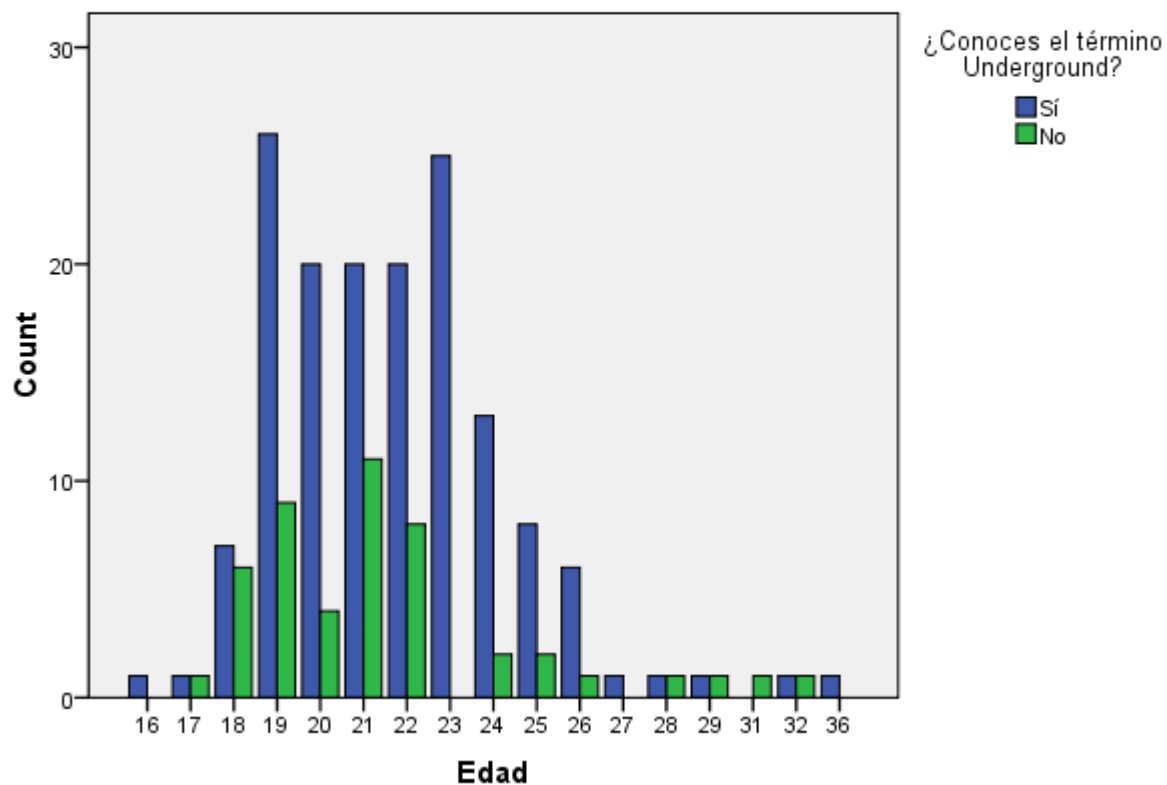
21	20	11	31
22	20	8	28
23	25	0	25
24	13	2	15
25	8	2	10
26	6	1	7
27	1	0	1
28	1	1	2
29	1	1	2
31	0	1	1
32	1	1	2
36	1	0	1
Total	152	48	200

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,054
		¿Conoces el término	,340
		Underground? Dependent	

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Te identificas con este estilo?

Crosstab

		¿Te identificas con este estilo?		
		Sí	No	Total
Edad	16	1	0	1
	17	1	1	2
	18	2	11	13
	19	10	25	35
	20	10	14	24
	21	10	21	31

ANEXOS H

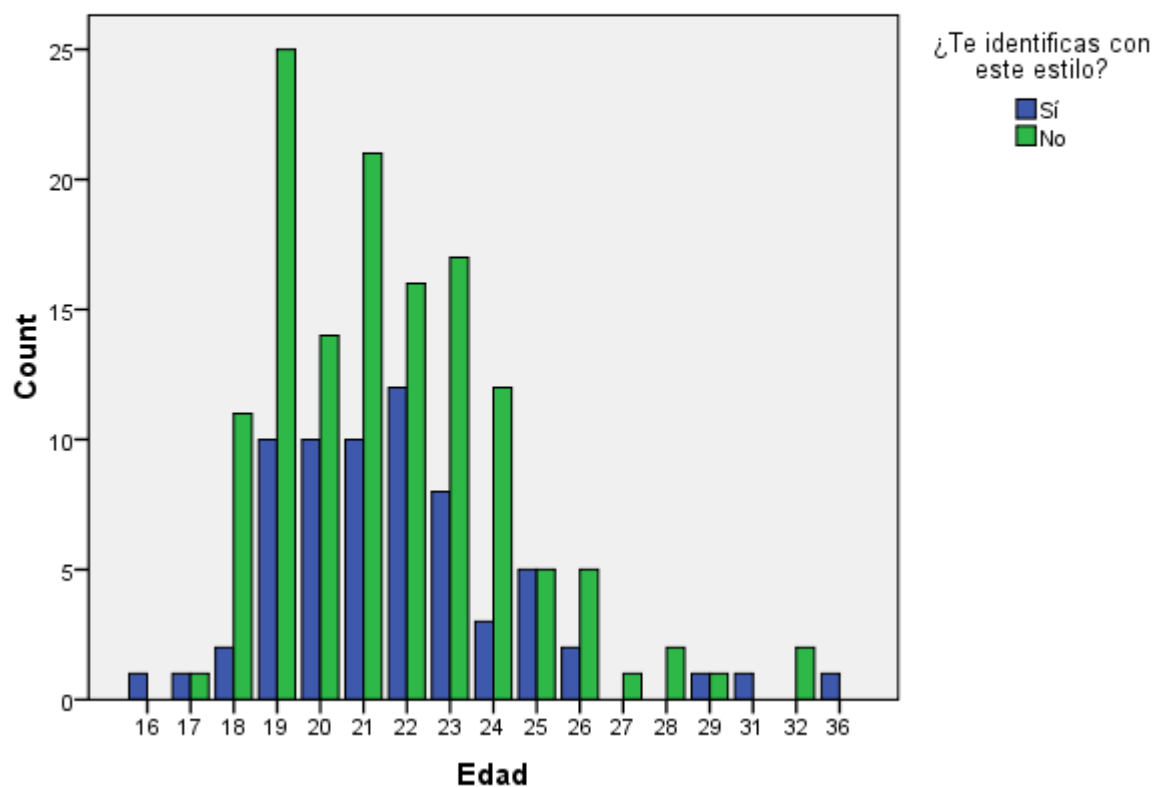
22	12	16	28
23	8	17	25
24	3	12	15
25	5	5	10
26	2	5	7
27	0	1	1
28	0	2	2
29	1	1	2
31	1	0	1
32	0	2	2
36	1	0	1
Total	67	133	200

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,036
		¿Te identificas con este estilo? Dependent	,280

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

Crosstab

		¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?		
		Sí	No	Total
Edad	16	0	1	1
	17	2	0	2
	18	6	7	13
	19	19	16	35
	20	16	8	24

ANEXOS H

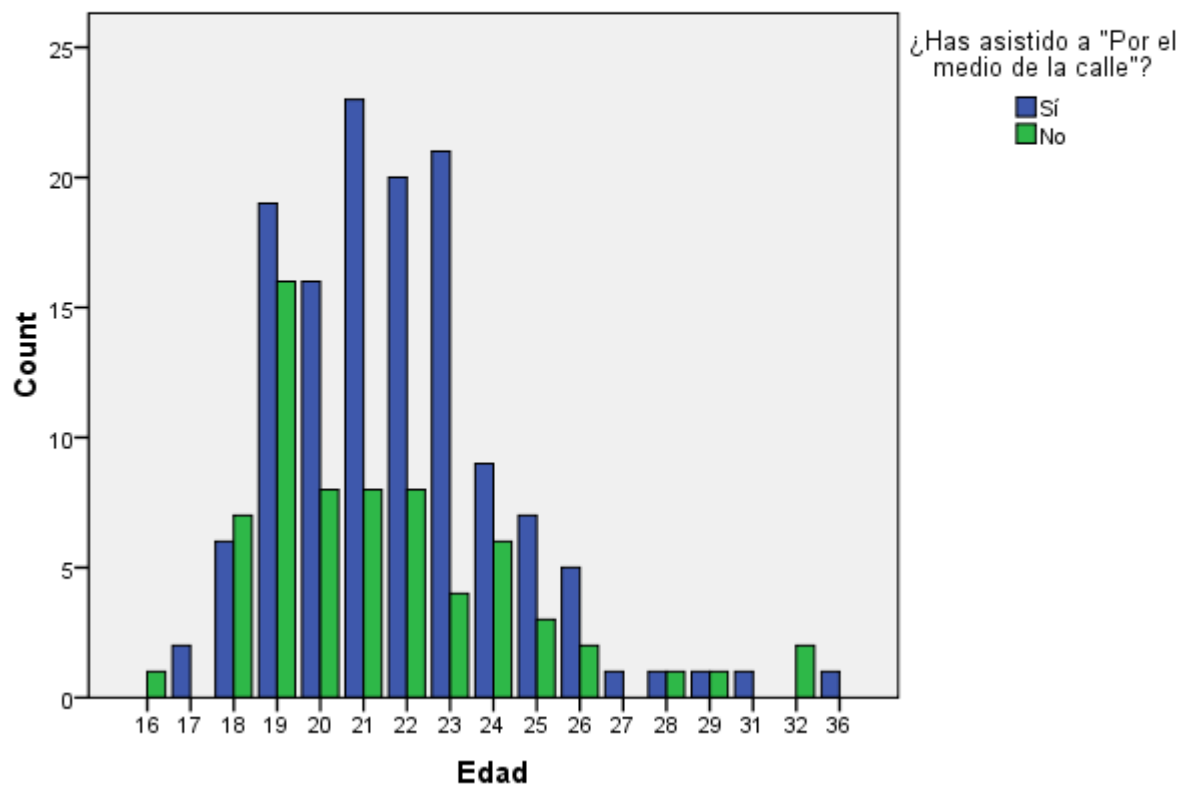
21	23	8	31
22	20	8	28
23	21	4	25
24	9	6	15
25	7	3	10
26	5	2	7
27	1	0	1
28	1	1	2
29	1	1	2
31	1	0	1
32	0	2	2
36	1	0	1
Total	133	67	200

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,067
		¿Has asistido a "Por el medio de la calle"? Dependent	,306

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

Crosstab

Count

		¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?		
		Sí	No	Total
Edad	16	1	0	1
	17	0	2	2
	18	3	10	13
	19	15	20	35
	20	12	12	24

ANEXOS H

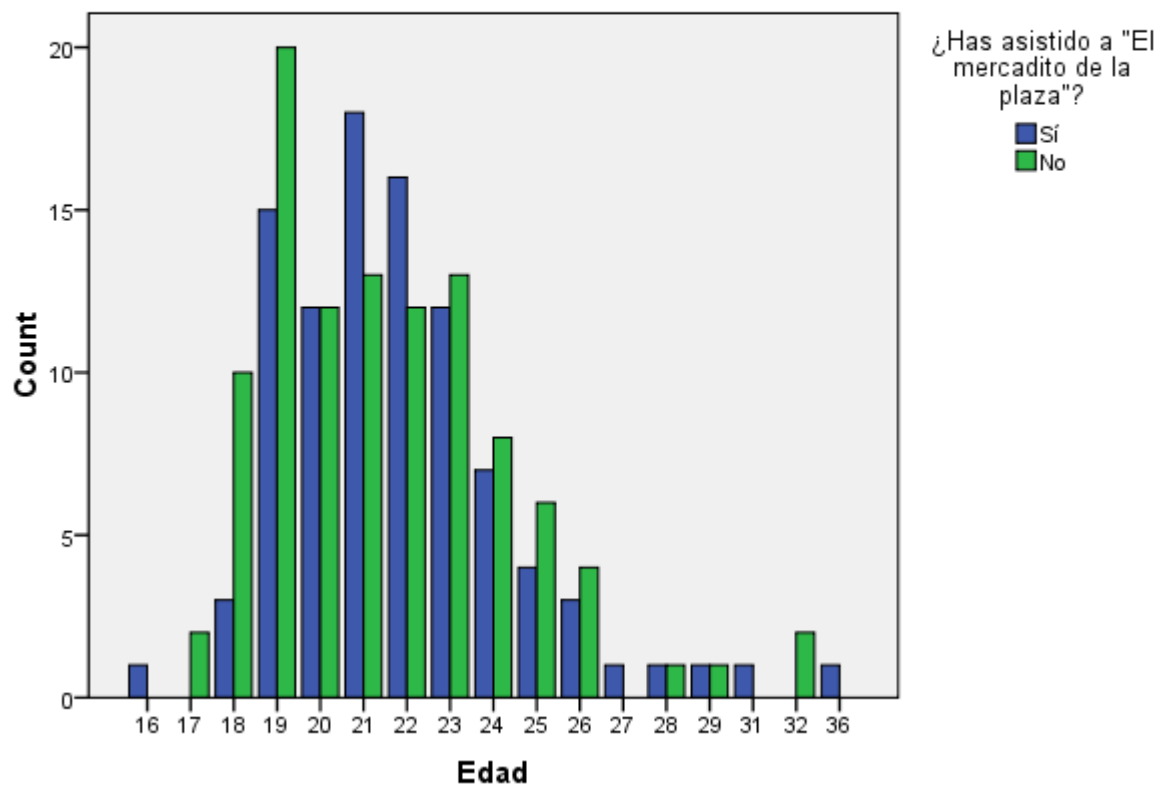
21	18	13	31
22	16	12	28
23	12	13	25
24	7	8	15
25	4	6	10
26	3	4	7
27	1	0	1
28	1	1	2
29	1	1	2
31	1	0	1
32	0	2	2
36	1	0	1
Total	96	104	200

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,060
		¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"? Dependent	,267

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?

Crosstab

		¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?		
		Sí	No	Total
Edad	16	0	1	1
	17	0	2	2
	18	6	7	13
	19	14	21	35
	20	13	11	24

ANEXOS H

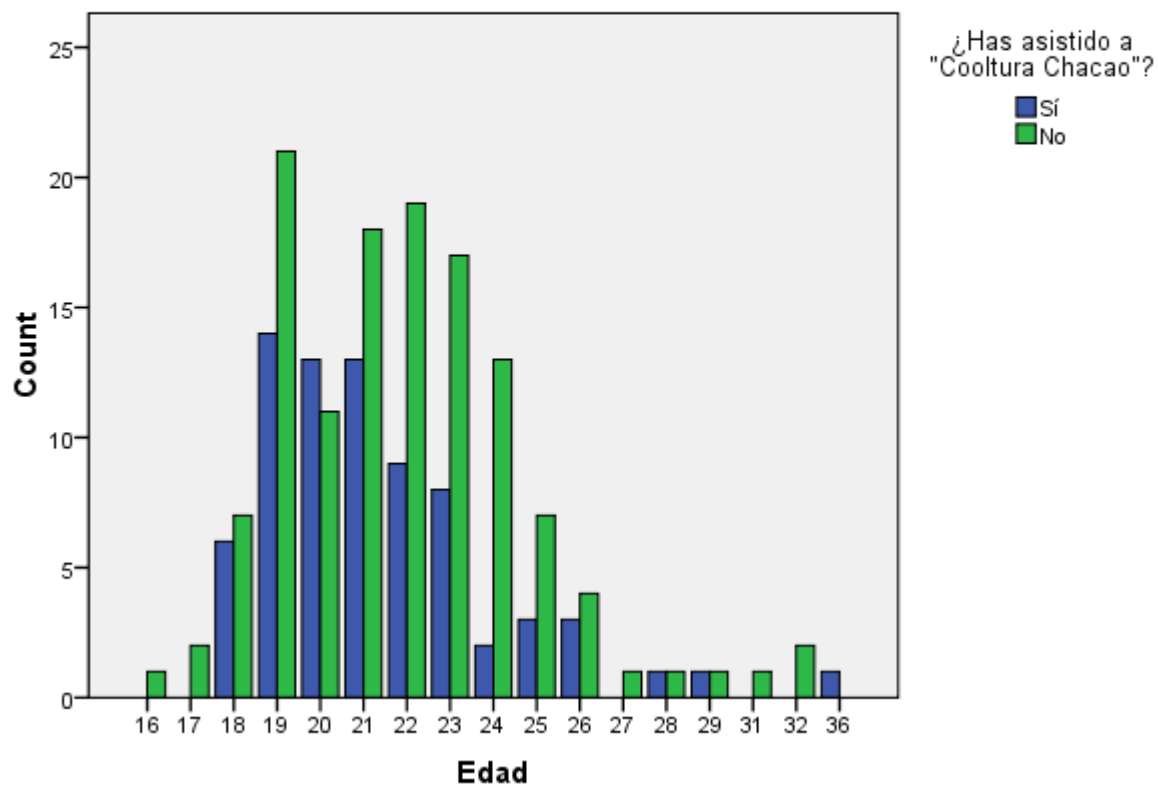
21	13	18	31
22	9	19	28
23	8	17	25
24	2	13	15
25	3	7	10
26	3	4	7
27	0	1	1
28	1	1	2
29	1	1	2
31	0	1	1
32	0	2	2
36	1	0	1
Total	74	126	200

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,075
		¿Has asistido a "Cooltura Chacao"? Dependent	,270

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

Crosstab

		¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?		
		Sí	No	Total
Edad	16	0	1	1
	17	1	1	2
	18	2	11	13
	19	3	32	35
	20	3	21	24

ANEXOS H

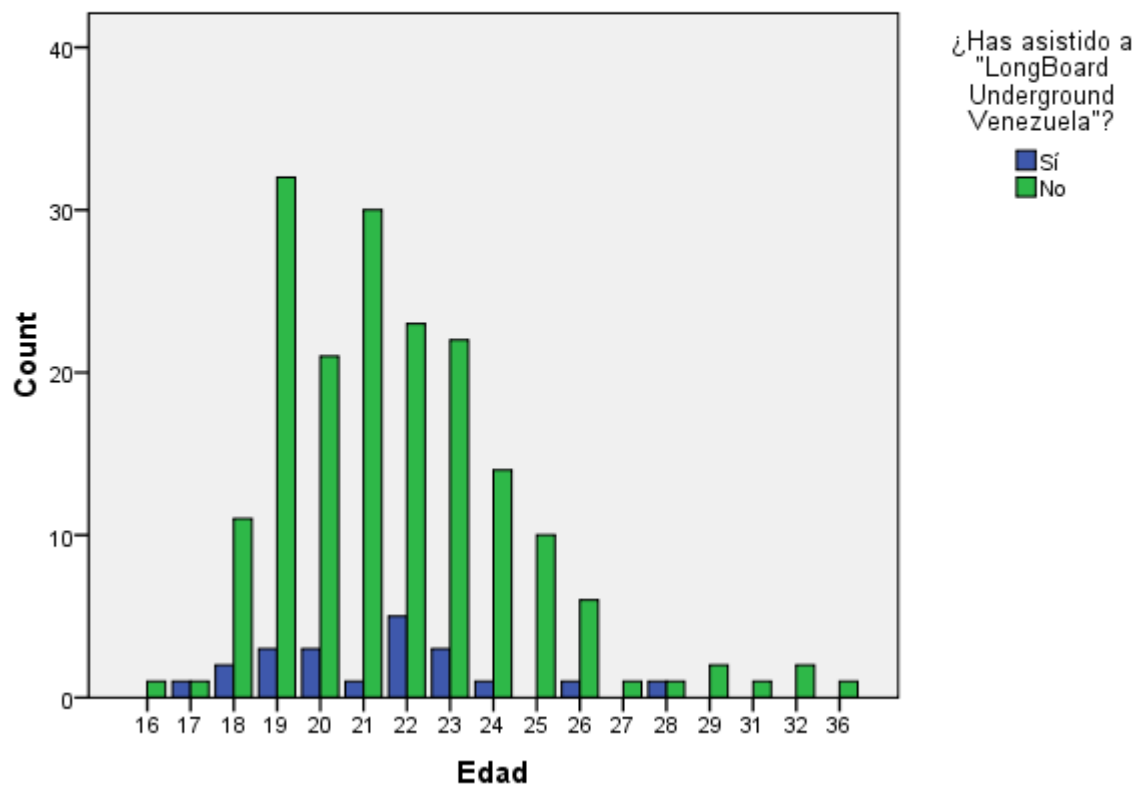
21	1	30	31
22	5	23	28
23	3	22	25
24	1	14	15
25	0	10	10
26	1	6	7
27	0	1	1
28	1	1	2
29	0	2	2
31	0	1	1
32	0	2	2
36	0	1	1
Total	21	179	200

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,040
		¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"? Dependent	,256

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿No has asistido a ninguno?

Crosstab

		¿No has asistido a ninguno?		Total
		Sí	No	
Edad	16	0	1	1
	17	0	2	2
	18	4	9	13
	19	13	22	35
	20	5	19	24
	21	3	28	31

ANEXOS H

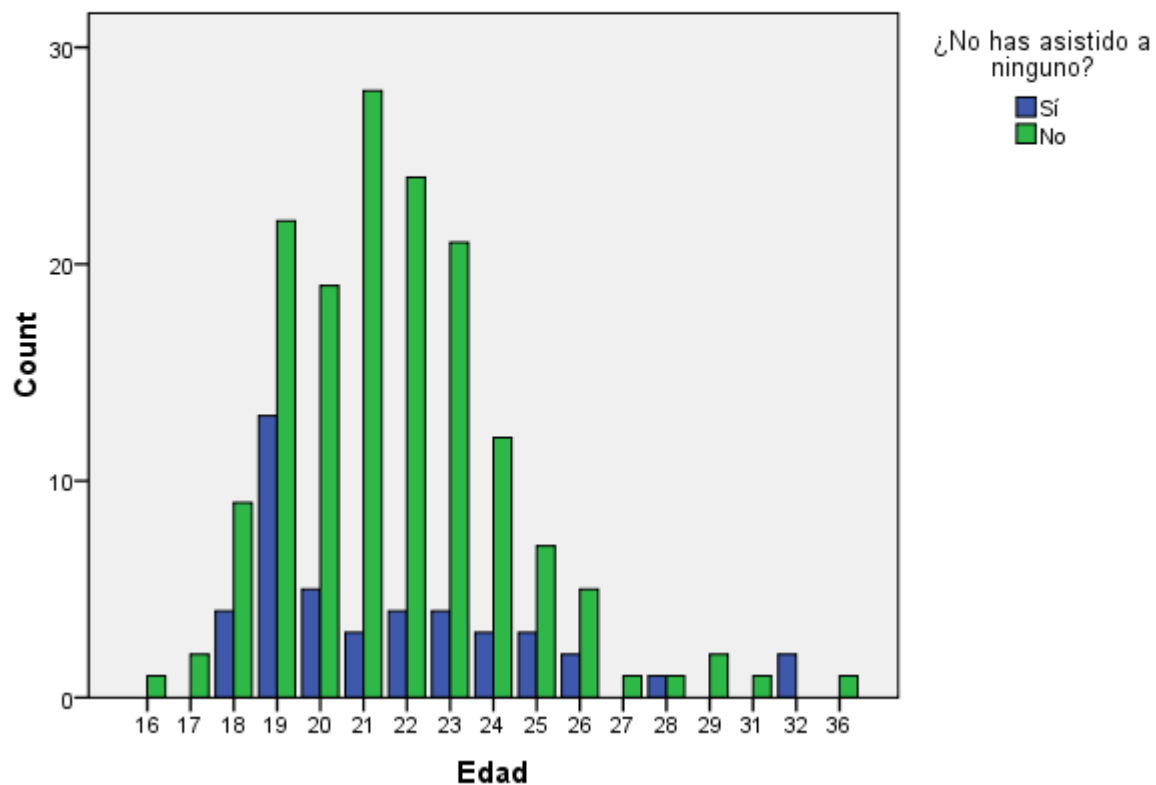
22	4	24	28
23	4	21	25
24	3	12	15
25	3	7	10
26	2	5	7
27	0	1	1
28	1	1	2
29	0	2	2
31	0	1	1
32	2	0	2
36	0	1	1
Total	44	156	200

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,003
		¿No has asistido a ninguno?	,319
		Dependent	

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Leerías una revista digital de corte underground?

Crosstab

		¿Leerías una revista digital de corte underground?		
		Sí	No	Total
Edad	16	1	0	1
	17	1	1	2
	18	11	2	13
	19	28	7	35
	20	22	2	24

ANEXOS H

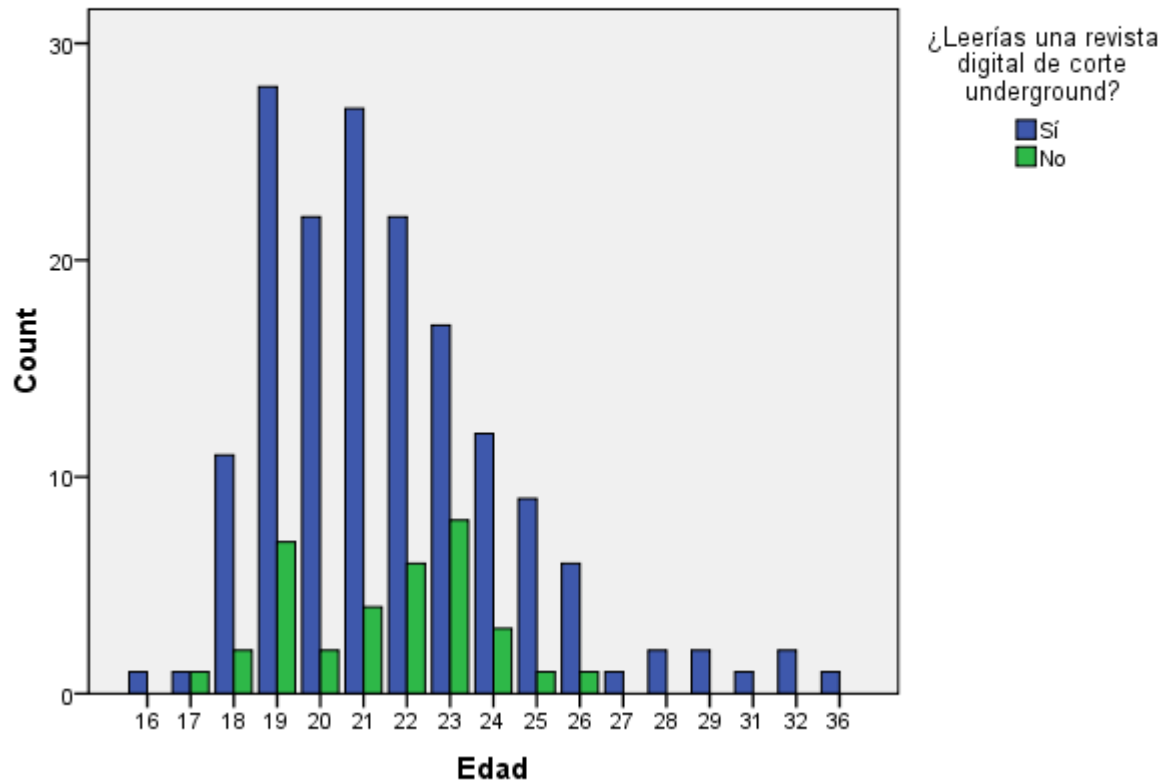
21	27	4	31
22	22	6	28
23	17	8	25
24	12	3	15
25	9	1	10
26	6	1	7
27	1	0	1
28	2	0	2
29	2	0	2
31	1	0	1
32	2	0	2
36	1	0	1
Total	165	35	200

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,044
		¿Leerías una revista digital de corte underground?	,224
		Dependent	

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?		
		Sí	No	Total
Edad	17	1	0	1
	18	10	0	10
	19	24	5	29
	20	17	5	22

ANEXOS H

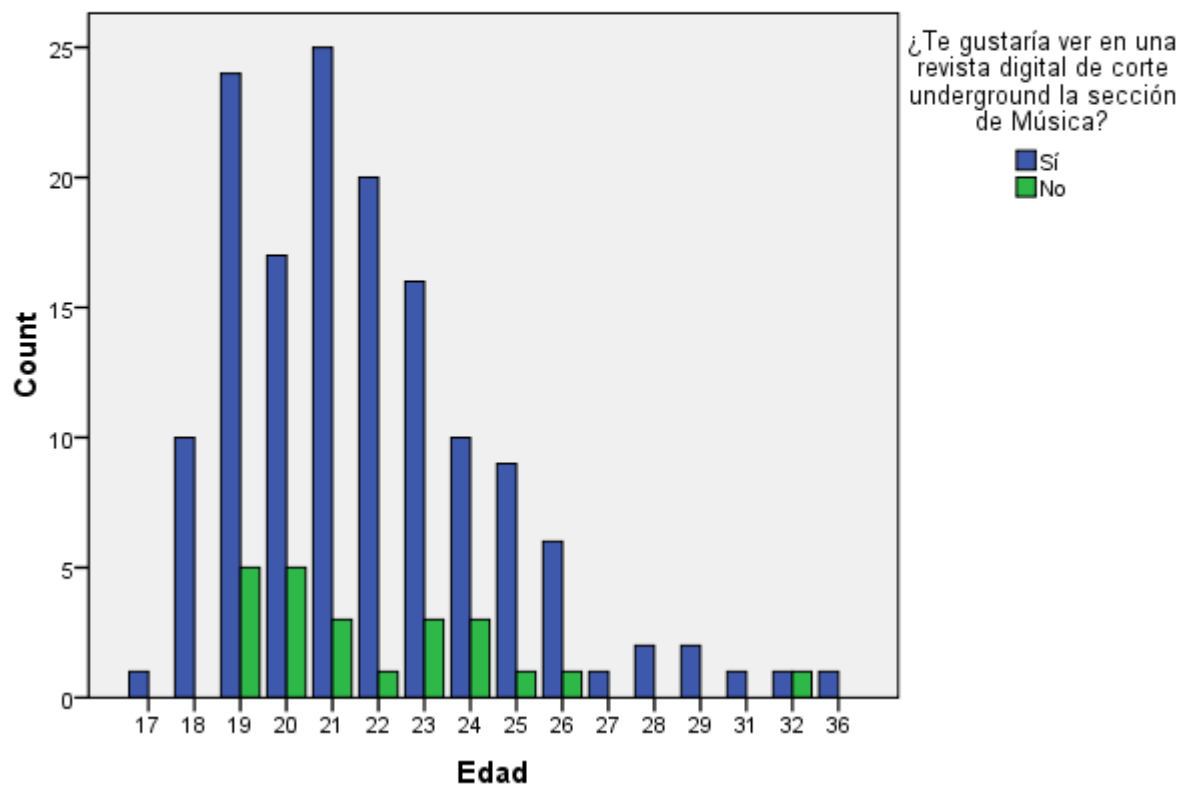
21	25	3	28
22	20	1	21
23	16	3	19
24	10	3	13
25	9	1	10
26	6	1	7
27	1	0	1
28	2	0	2
29	2	0	2
31	1	0	1
32	1	1	2
36	1	0	1
Total	146	23	169

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,010
		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música? Dependent	,240

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?

Crosstab

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?		
		Sí	No	Total
Edad	17	1	0	1
	18	8	2	10
	19	23	6	29
	20	12	10	22

ANEXOS H

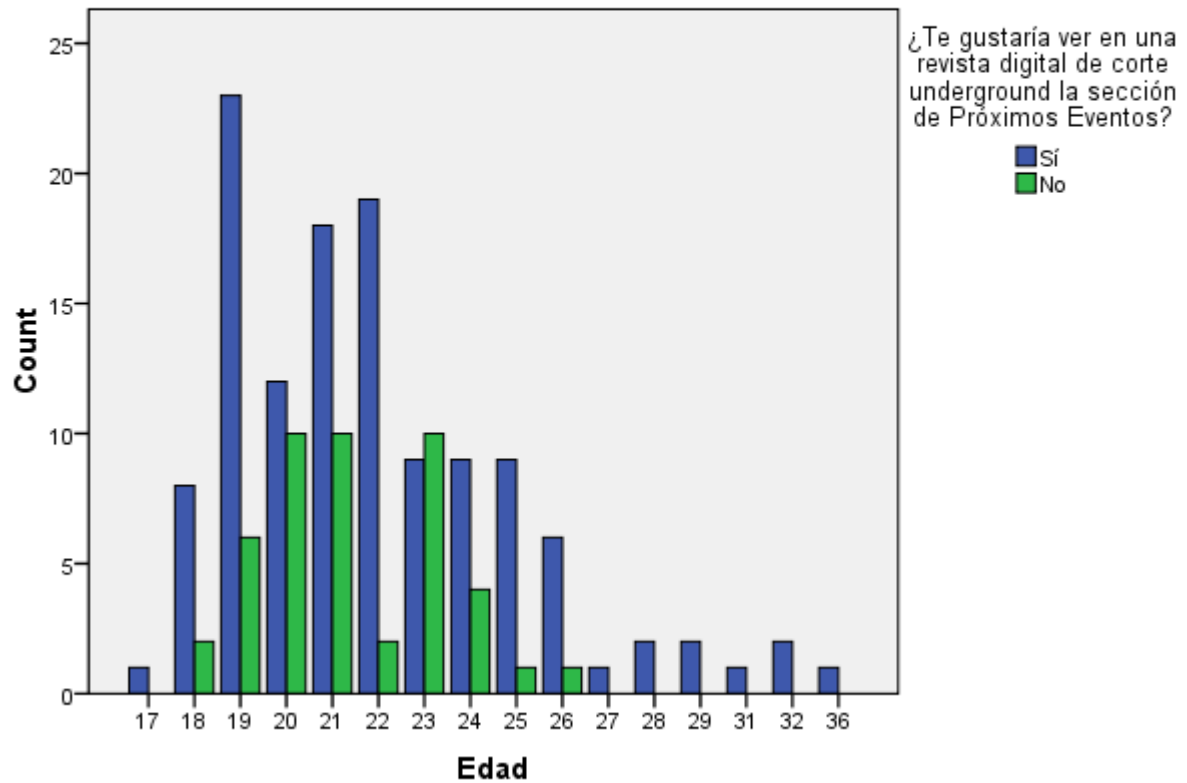
21	18	10	28
22	19	2	21
23	9	10	19
24	9	4	13
25	9	1	10
26	6	1	7
27	1	0	1
28	2	0	2
29	2	0	2
31	1	0	1
32	2	0	2
36	1	0	1
Total	123	46	169

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,105
		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?	,353
		Dependent	

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?		
		Sí	No	Total
Edad	17	1	0	1
	18	6	4	10
	19	17	12	29
	20	7	15	22

ANEXOS H

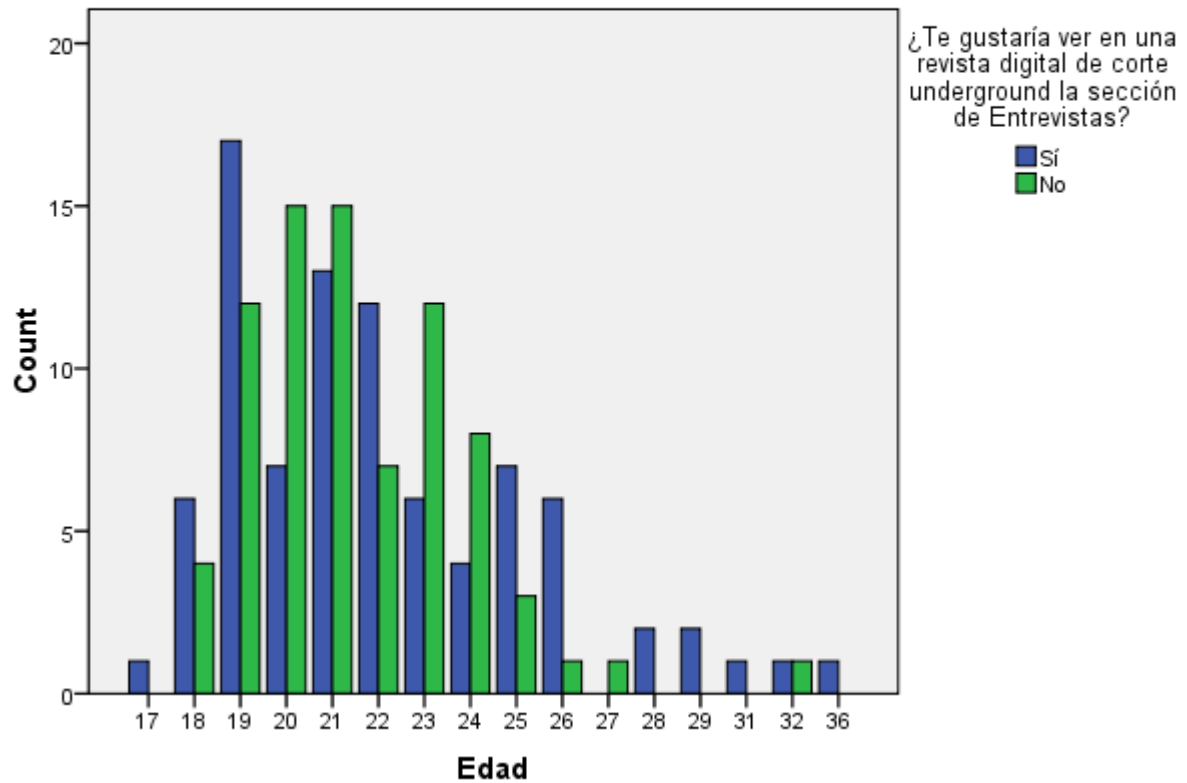
21	13	15	28
22	12	7	19
23	6	12	18
24	4	8	12
25	7	3	10
26	6	1	7
27	0	1	1
28	2	0	2
29	2	0	2
31	1	0	1
32	1	1	2
36	1	0	1
Total	86	79	165

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,107
		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas? Dependent	,364

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?		
		Sí	No	Total
Edad	17	1	0	1
	18	8	2	10
	19	23	6	29
	20	14	8	22

ANEXOS H

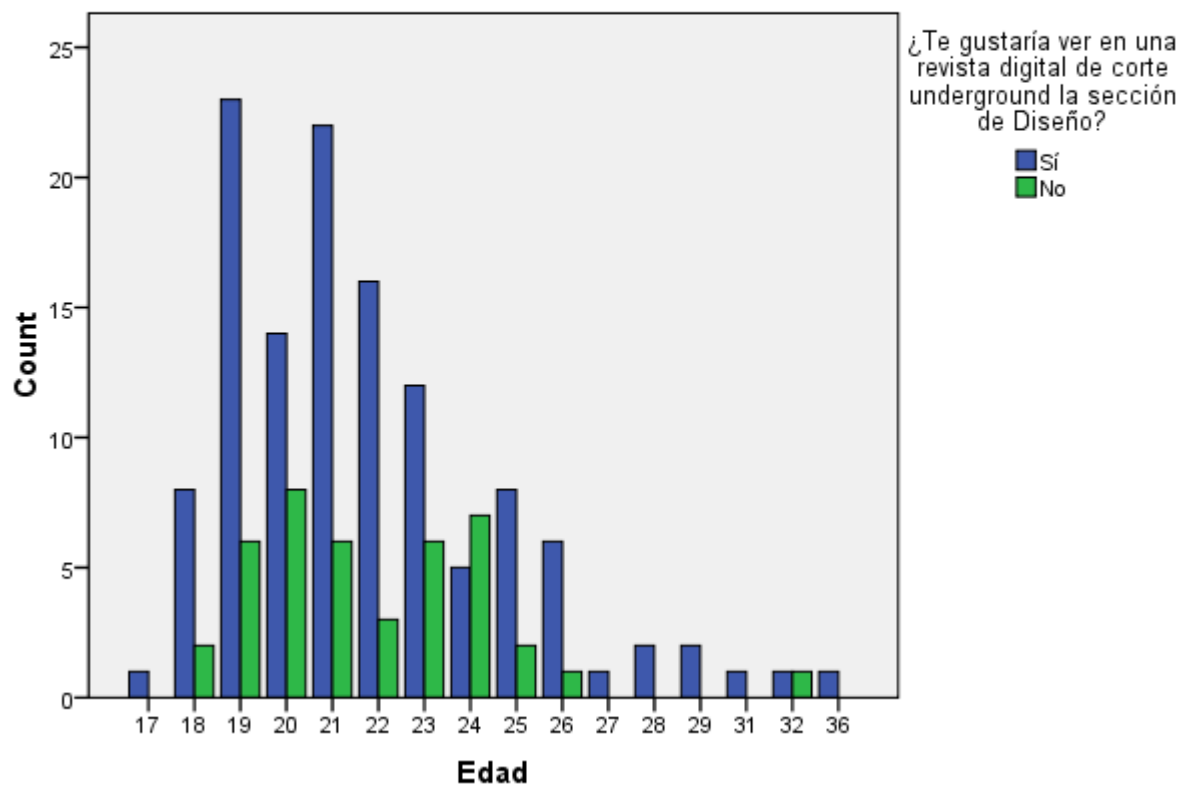
21	22	6	28
22	16	3	19
23	12	6	18
24	5	7	12
25	8	2	10
26	6	1	7
27	1	0	1
28	2	0	2
29	2	0	2
31	1	0	1
32	1	1	2
36	1	0	1
Total	123	42	165

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,002
		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño? Dependent	,296

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?		
		Sí	No	Total
Edad	17	0	1	1
	18	2	8	10
	19	9	20	29
	20	8	14	22

ANEXOS H

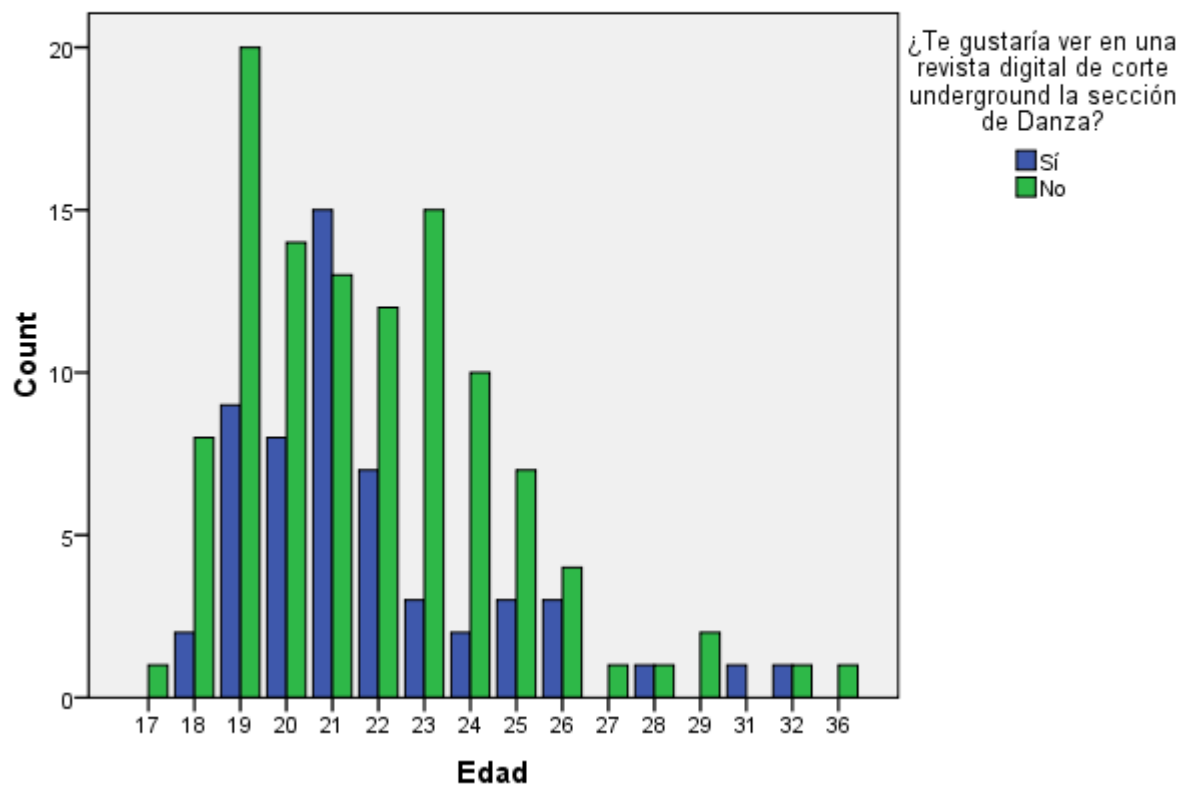
21	15	13	28
22	7	12	19
23	3	15	18
24	2	10	12
25	3	7	10
26	3	4	7
27	0	1	1
28	1	1	2
29	0	2	2
31	1	0	1
32	1	1	2
36	0	1	1
Total	55	110	165

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,013
		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza? Dependent	,305

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?		
		Sí	No	Total
Edad	17	0	1	1
	18	3	7	10
	19	9	20	29
	20	5	17	22

ANEXOS H

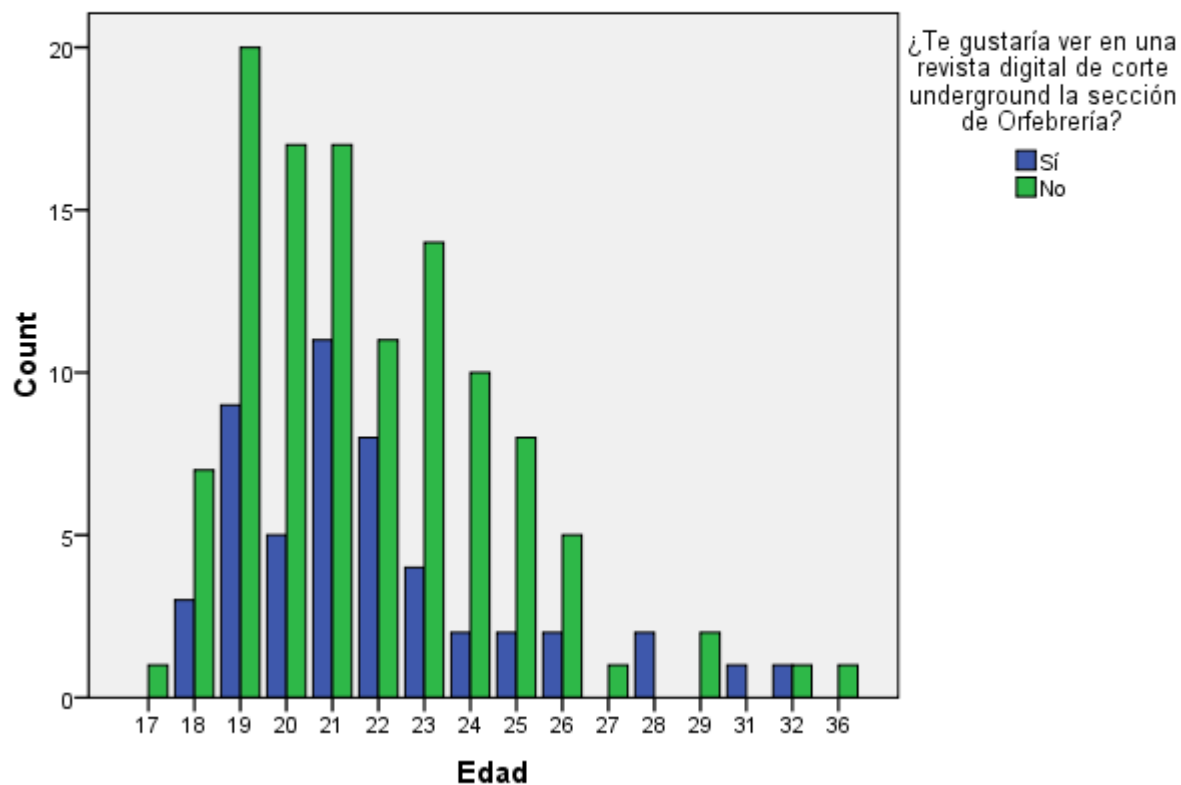
21	11	17	28
22	8	11	19
23	4	14	18
24	2	10	12
25	2	8	10
26	2	5	7
27	0	1	1
28	2	0	2
29	0	2	2
31	1	0	1
32	1	1	2
36	0	1	1
Total	50	115	165

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,009
		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería? Dependent	,296

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?

Crosstab

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?		
		Sí	No	Total
Edad	17	1	0	1
	18	8	2	10
	19	21	8	29
	20	14	8	22

ANEXOS H

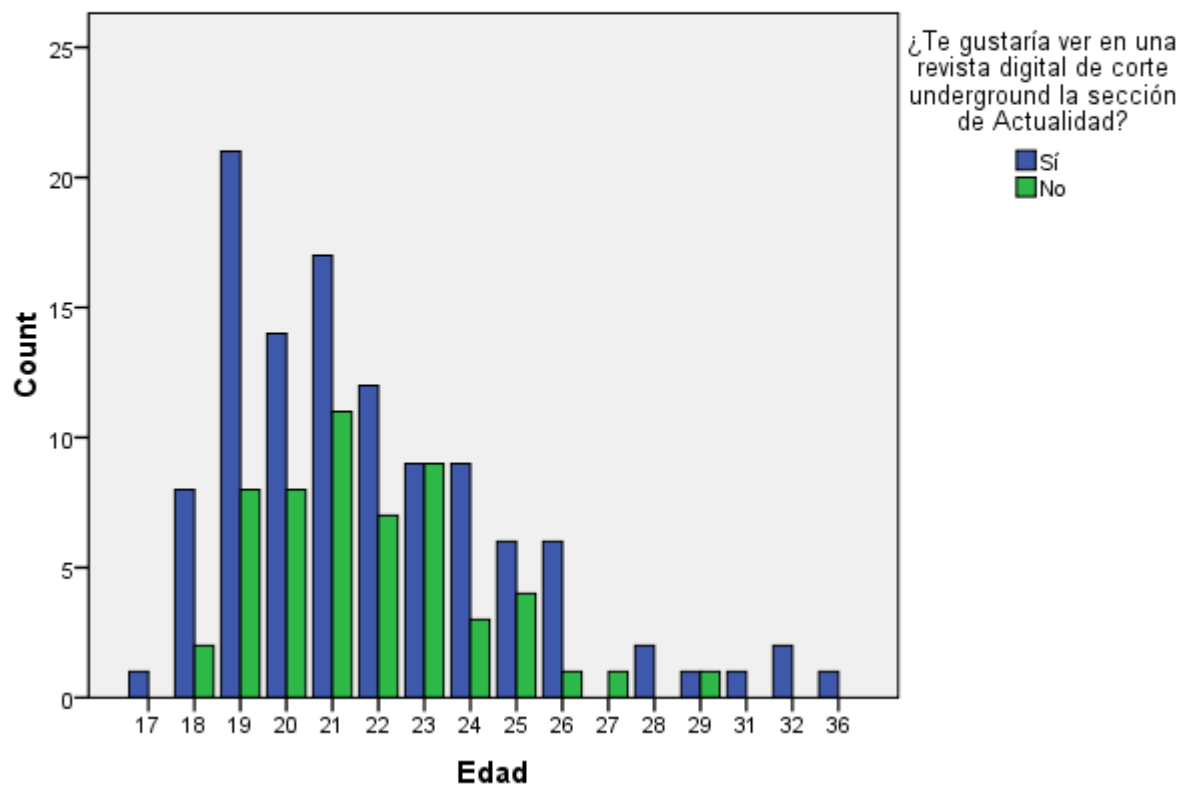
21	17	11	28
22	12	7	19
23	9	9	18
24	9	3	12
25	6	4	10
26	6	1	7
27	0	1	1
28	2	0	2
29	1	1	2
31	1	0	1
32	2	0	2
36	1	0	1
Total	110	55	165

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,026
		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad? Dependent	,265

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?

Crosstab

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?		
		Sí	No	Total
Edad	17	1	0	1
	18	10	0	10
	19	23	6	29
	20	17	5	22

ANEXOS H

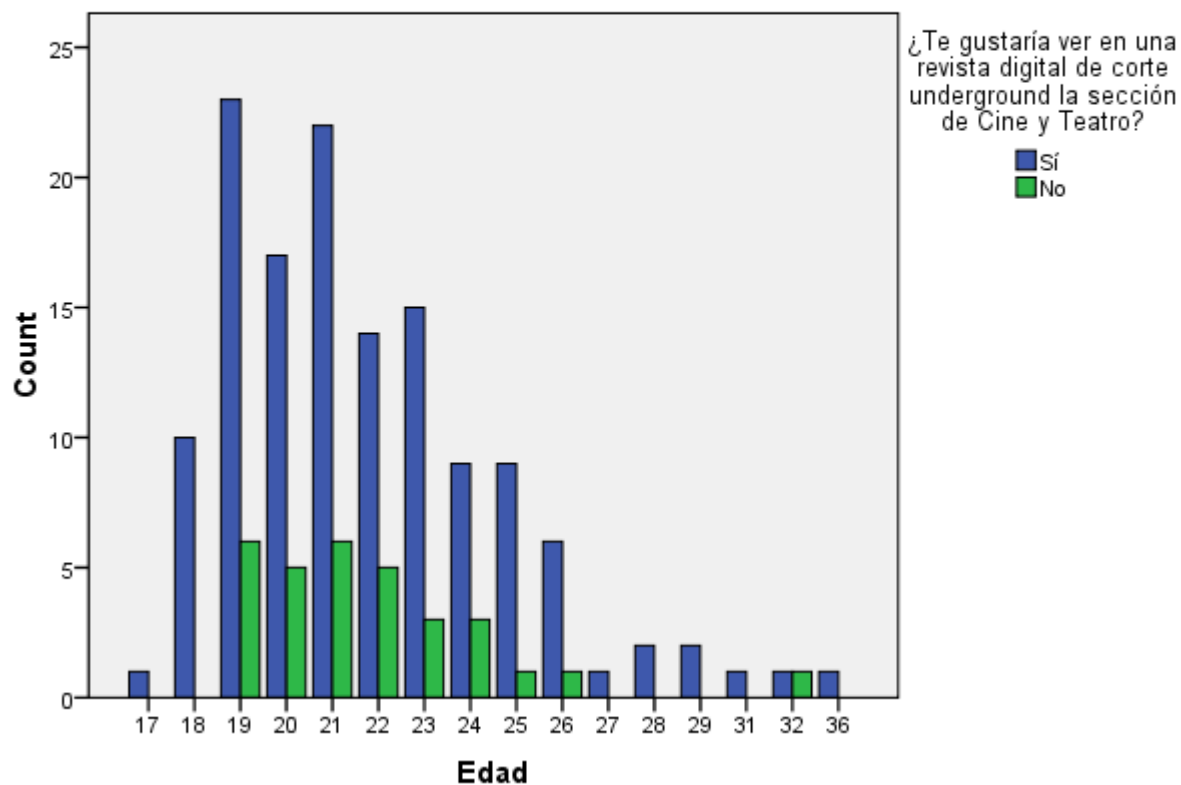
21	22	6	28
22	14	5	19
23	15	3	18
24	9	3	12
25	9	1	10
26	6	1	7
27	1	0	1
28	2	0	2
29	2	0	2
31	1	0	1
32	1	1	2
36	1	0	1
Total	134	31	165

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,012
		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro? Dependent	,214

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

Crosstab

		¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?				
		Semanal	Quincenal	Mensual	Bimestral	Total
Edad	17	0	1	0	0	1
	18	3	3	3	1	10
	19	10	6	13	0	29
	20	5	6	11	0	22

ANEXOS H

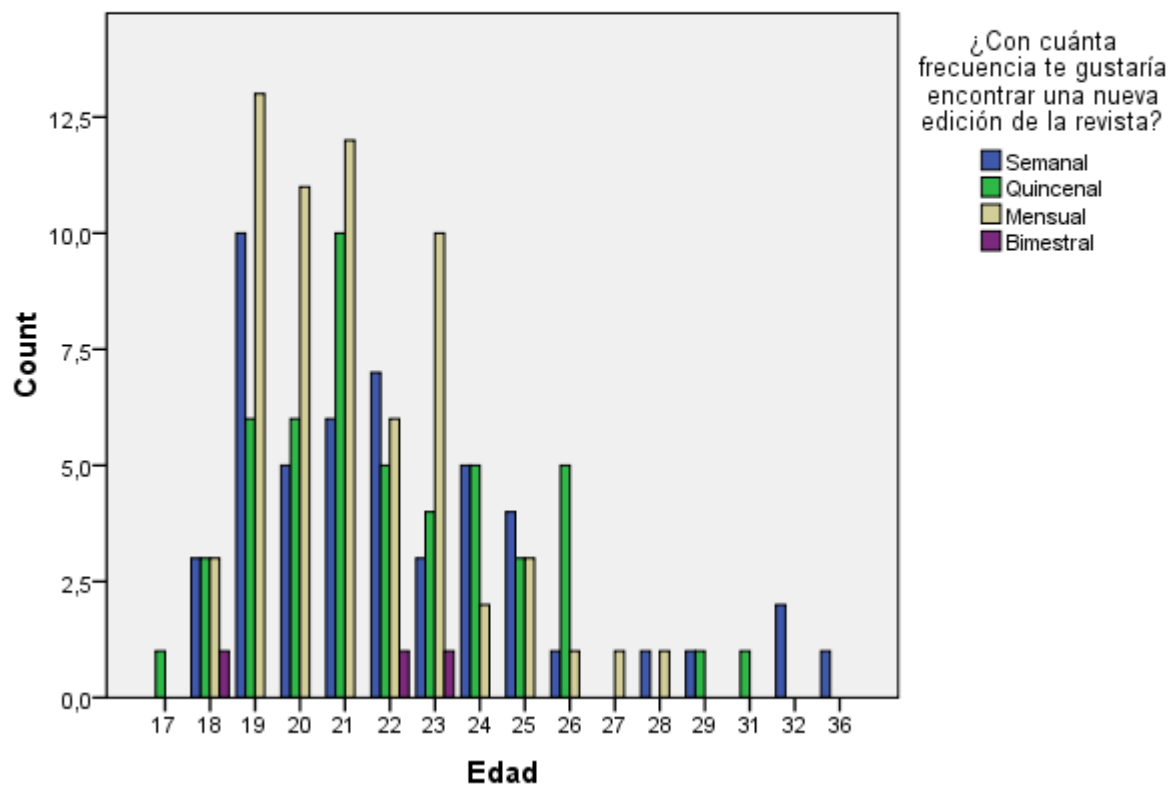
21	6	10	12	0	28
22	7	5	6	1	19
23	3	4	10	1	18
24	5	5	2	0	12
25	4	3	3	0	10
26	1	5	1	0	7
27	0	0	1	0	1
28	1	0	1	0	2
29	1	1	0	0	2
31	0	1	0	0	1
32	2	0	0	0	2
36	1	0	0	0	1
Total	49	50	63	3	165

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,162
		¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista? Dependent	,302

ANEXOS H

Bar Chart



Edad * ¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

Crosstab

		¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?		
		Sí	No	Total
Edad	17	1	0	1
	18	6	4	10
	19	22	7	29
	20	17	5	22

ANEXOS H

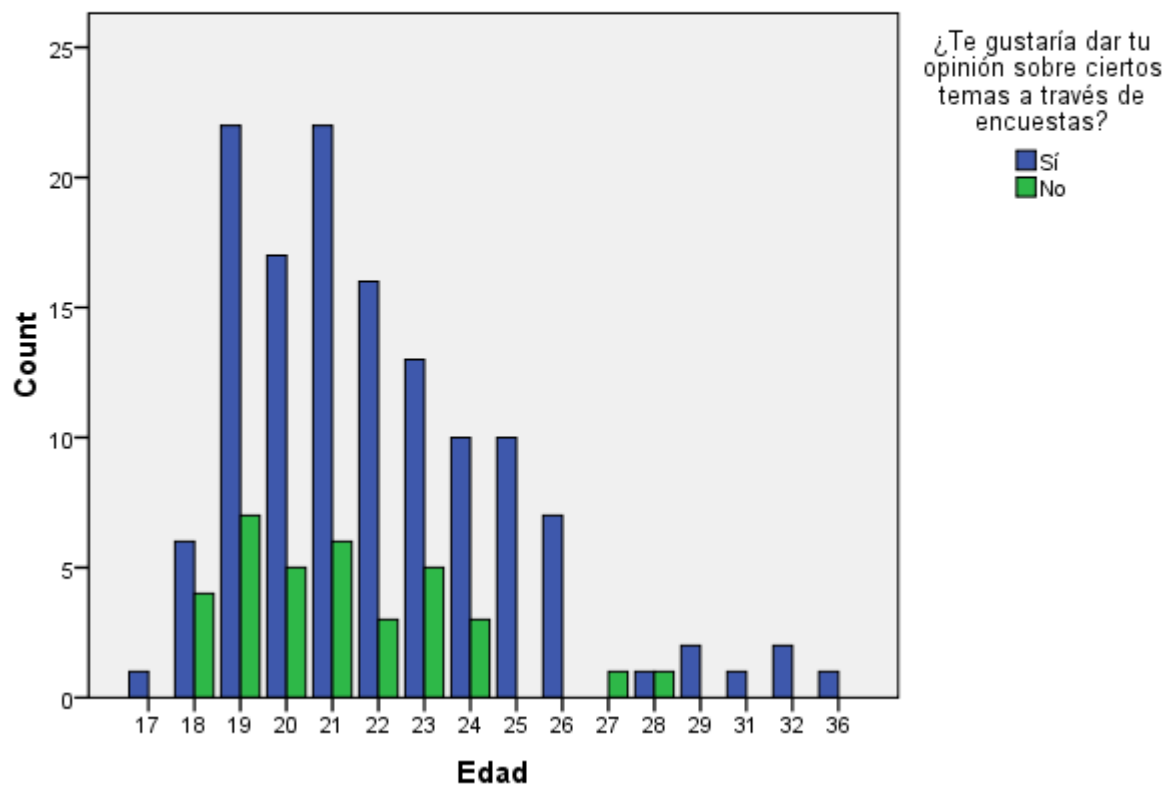
21	22	6	28
22	16	3	19
23	13	5	18
24	10	3	13
25	10	0	10
26	7	0	7
27	0	1	1
28	1	1	2
29	2	0	2
31	1	0	1
32	2	0	2
36	1	0	1
Total	131	35	166

Directional Measures

			Value
Nominal by Interval	Eta	Edad Dependent	,123
		¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas? Dependent	,294

ANEXOS H

Bar Chart



ANEXOS I

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Sexo * ¿Qué tipo de revistas prefieres leer?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Sexo * ¿Con qué frecuencia utilizas Internet?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Sexo * ¿Visitas páginas Web informativas?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Sexo * ¿Visitas páginas Web educativas?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Sexo * ¿Visitas redes sociales?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Sexo * ¿Visitas páginas Web culturales?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Sexo * ¿Visitas páginas Web corporativas?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Sexo * ¿Alguna vez has leído una revista digital?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	174	87,0%	26	13,0%	200	100,0%
Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	174	87,0%	26	13,0%	200	100,0%
Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	174	87,0%	26	13,0%	200	100,0%
Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	184	92,0%	16	8,0%	200	100,0%
Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	185	92,5%	15	7,5%	200	100,0%
Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	184	92,0%	16	8,0%	200	100,0%

ANEXOS I

Sexo * ¿Conoces el término Underground?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Sexo * ¿Te identificas con este estilo?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Sexo * ¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Sexo * ¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Sexo * ¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Sexo * ¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Sexo * ¿No has asistido a ninguno?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Sexo * ¿Leerías una revista digital de corte underground?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?	169	84,5%	31	15,5%	200	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?	169	84,5%	31	15,5%	200	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?	165	82,5%	35	17,5%	200	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?	165	82,5%	35	17,5%	200	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?	165	82,5%	35	17,5%	200	100,0%

ANEXOS I

Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?	165	82,5%	35	17,5%	200	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?	165	82,5%	35	17,5%	200	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?	165	82,5%	35	17,5%	200	100,0%
Sexo * ¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?	165	82,5%	35	17,5%	200	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?	166	83,0%	34	17,0%	200	100,0%

Sexo * ¿Visitas páginas Web informativas?

Crosstab

Count

	¿Visitas páginas Web informativas?	

ANEXOS I

		Sí	No	Total
Sexo	Masculino	64	15	79
	Femenino	90	31	121
	Total	154	46	200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,187 ^a	1	,276	,306	,180
Continuity Correction ^b	,842	1	,359		
Likelihood Ratio	1,208	1	,272		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	1,181	1	,277		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 18,17.

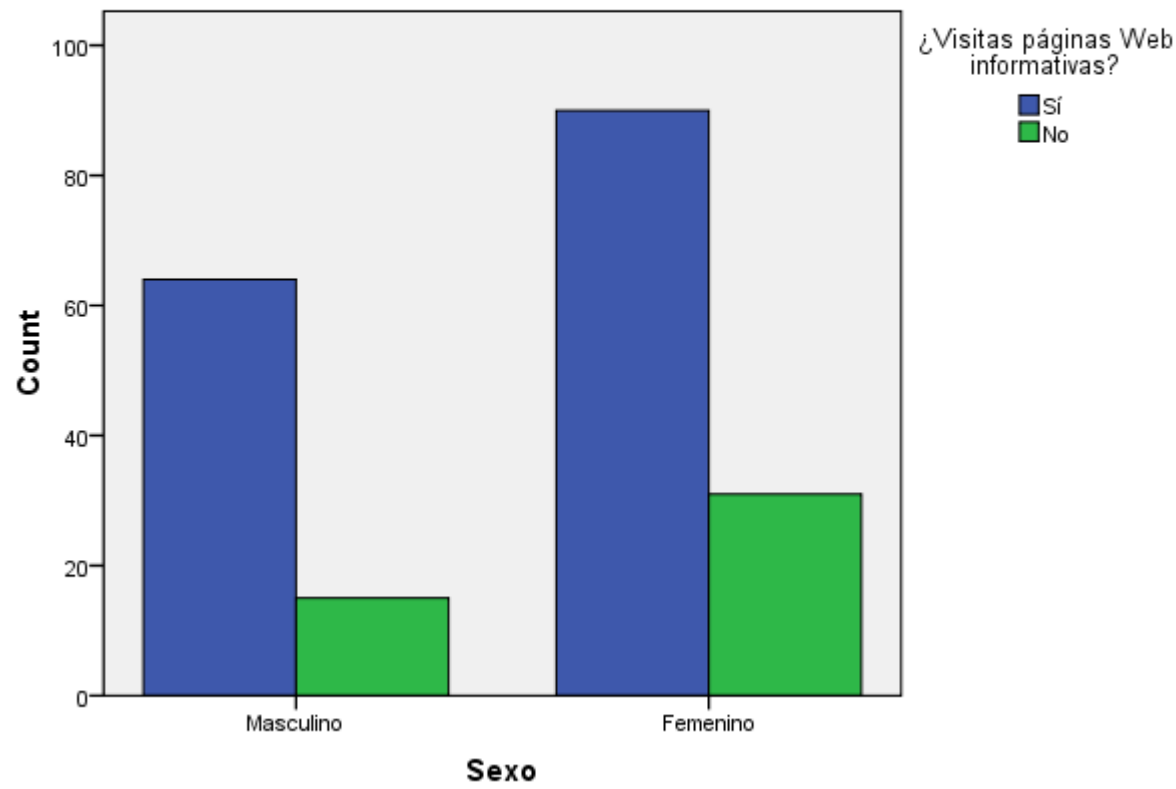
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,077	,276
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS I

Bar Chart



ANEXOS I

Sexo * ¿Visitas páginas Web educativas?

Crosstab

Count

		¿Visitas páginas Web educativas?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	36	43	79
	Femenino	60	61	121
	Total	96	104	200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,309 ^a	1	,578	,664	,341
Continuity Correction ^b	,169	1	,681		
Likelihood Ratio	,309	1	,578		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,307	1	,579		
N of Valid Cases	200				

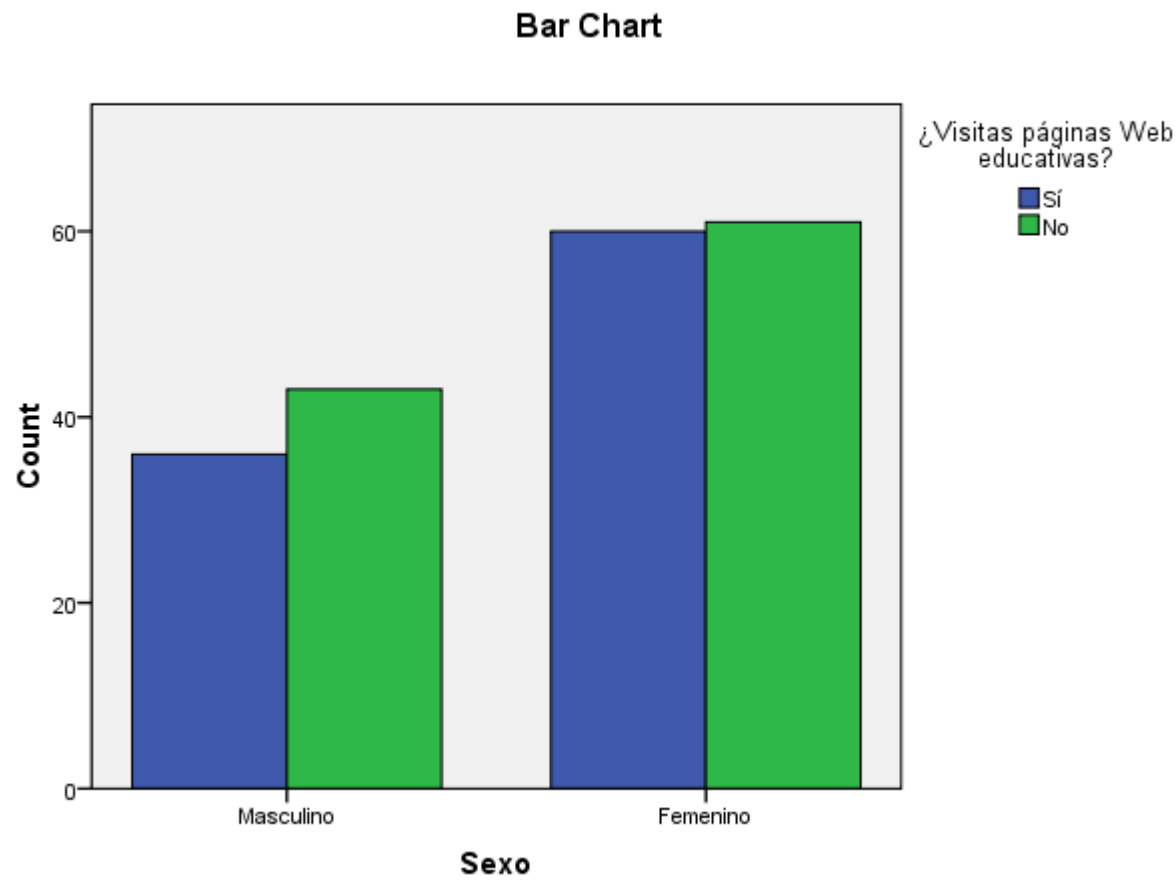
a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 37,92.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,039	,578
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS I



ANEXOS I

Sexo * ¿Visitas redes sociales?

Crosstab

Count

		¿Visitas redes sociales?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	68	11	79
	Femenino	113	8	121
	Total	181	19	200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,973 ^a	1	,085	,137	,071
Continuity Correction ^b	2,183	1	,140		
Likelihood Ratio	2,896	1	,089		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	2,958	1	,085		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,51.

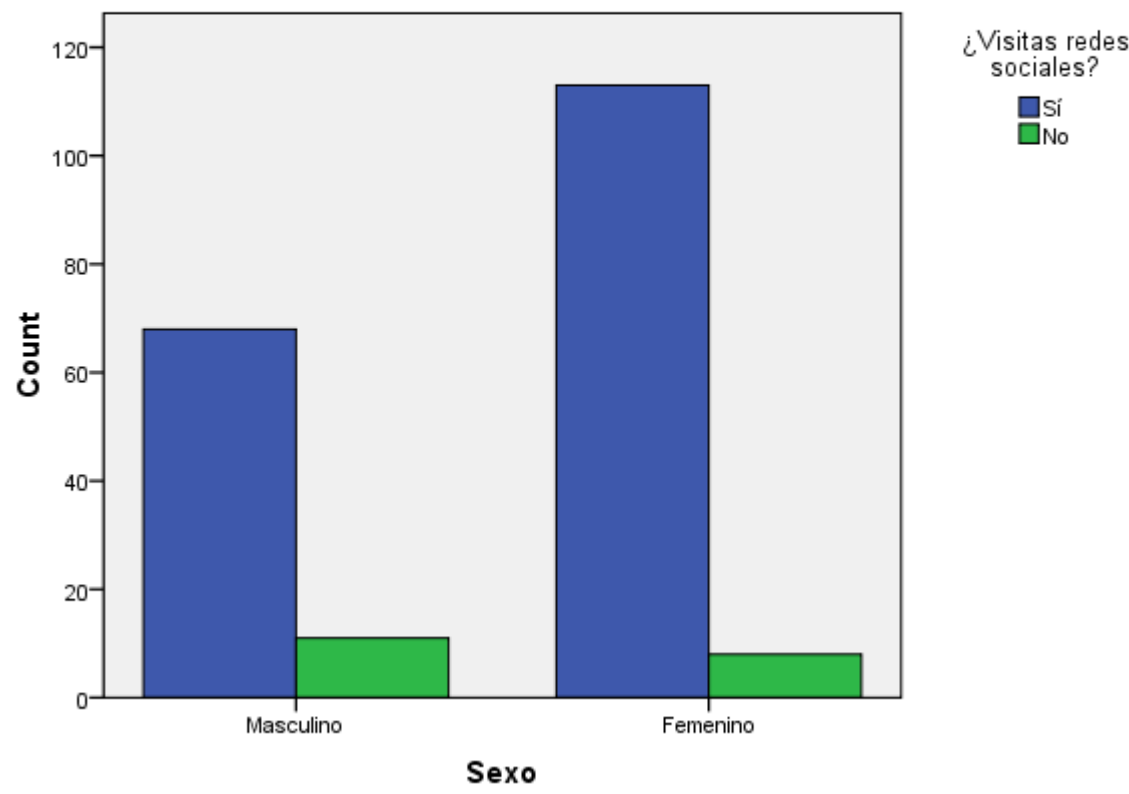
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,121	,085
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS I

Bar Chart



ANEXOS I

Sexo * ¿Visitas páginas Web culturales?

Crosstab

Count

		¿Visitas páginas Web culturales?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	29	50	79
	Femenino	63	58	121
	Total	92	108	200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	4,538 ^a	1	,033	,042	,023
Continuity Correction ^b	3,941	1	,047		
Likelihood Ratio	4,575	1	,032		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	4,515	1	,034		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 36,34.

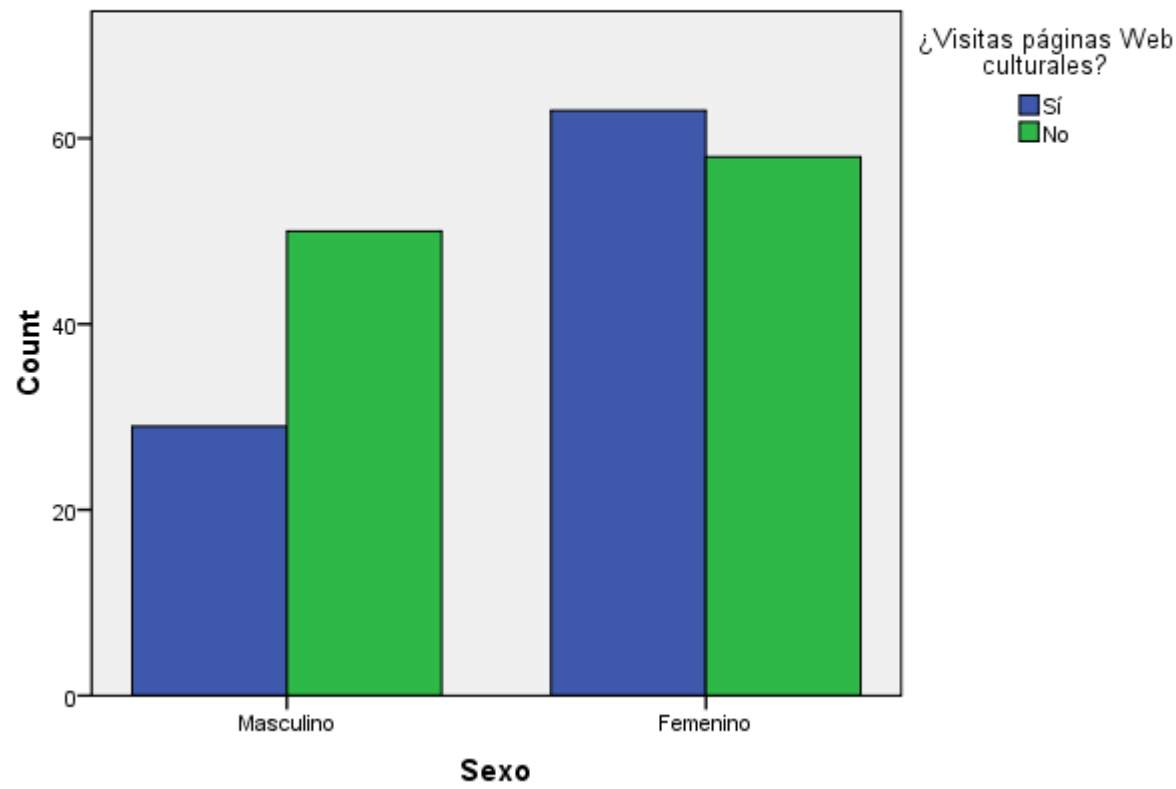
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,149	,033
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS I

Bar Chart



ANEXOS I

Sexo * ¿Visitas páginas Web corporativas?

Crosstab

Count

		¿Visitas páginas Web corporativas?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	18	61	79
	Femenino	28	93	121
	Total	46	154	200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,003 ^a	1	,953	1,000	,548
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,003	1	,953		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,003	1	,954		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 18,17.

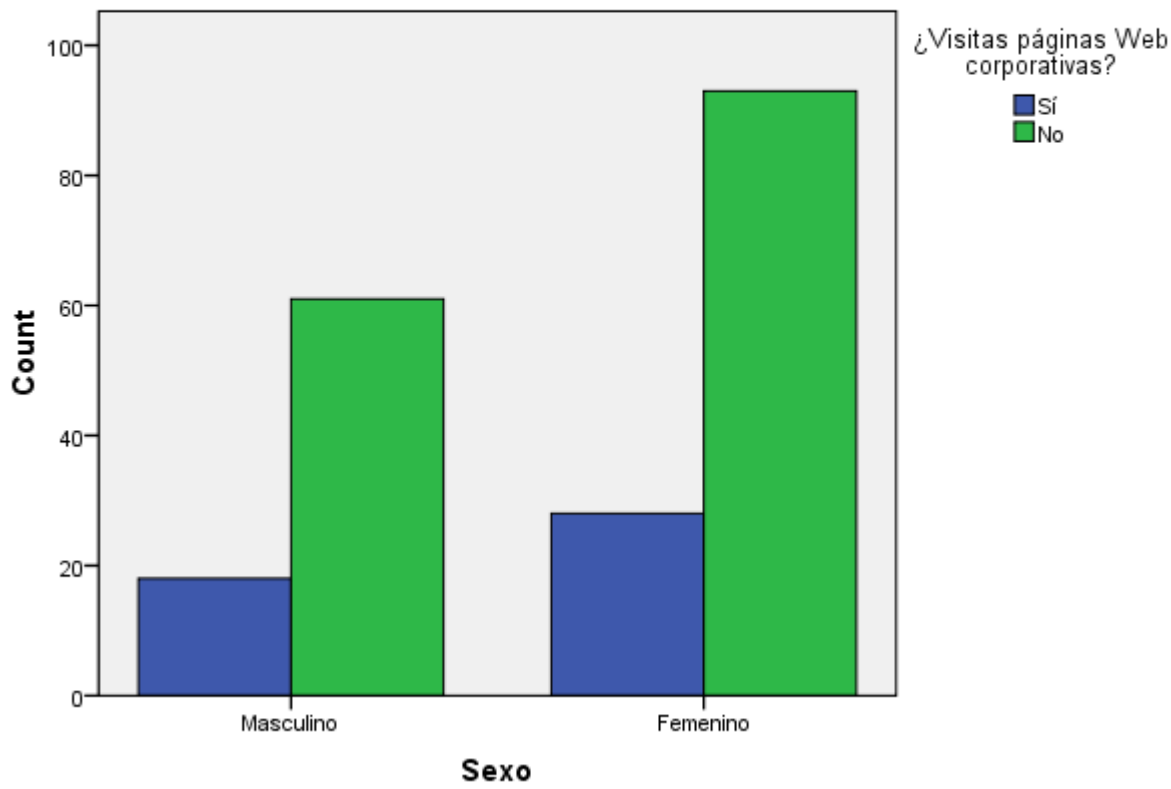
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,004	,953
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS I

Bar Chart



ANEXOS I

Sexo * ¿Alguna vez has leído una revista digital?

Crosstab

Count

		¿Alguna vez has leído una revista digital?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	49	30	79
	Femenino	68	53	121
	Total	117	83	200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,668 ^a	1	,414	,464	,252
Continuity Correction ^b	,450	1	,502		
Likelihood Ratio	,671	1	,413		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,665	1	,415		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 32,79.

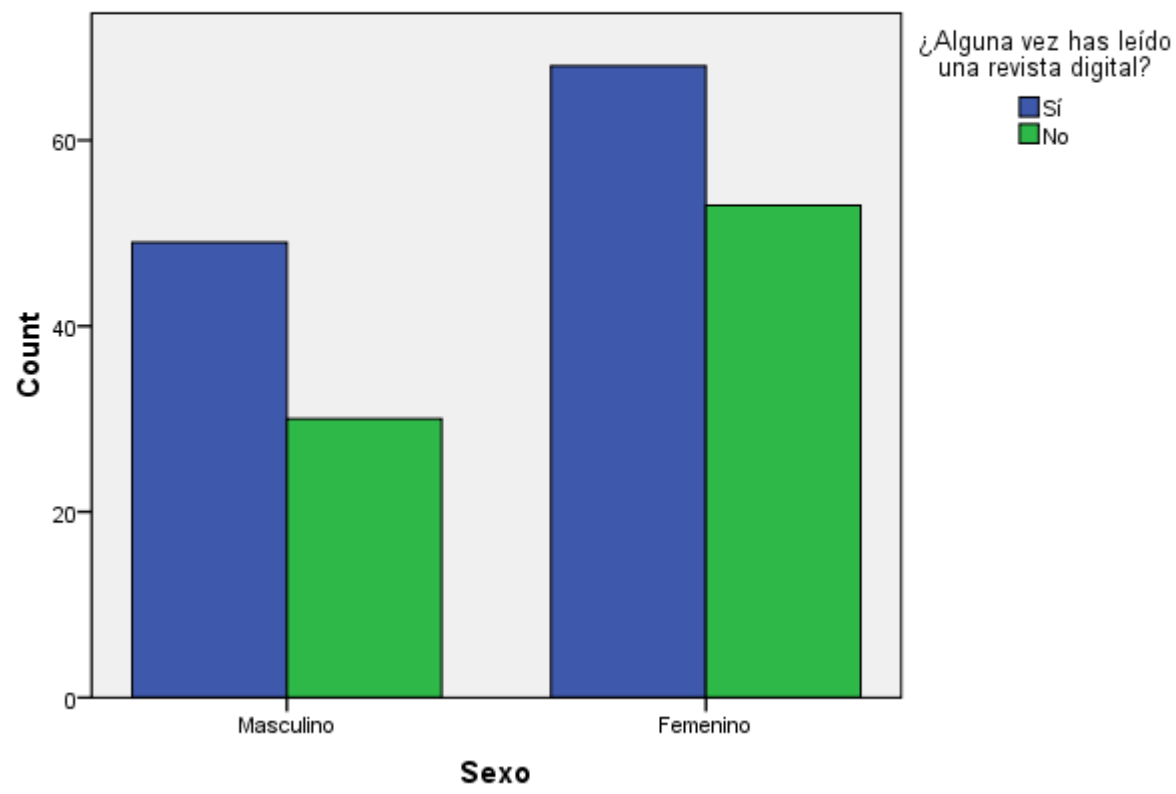
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,058	,414
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS I

Bar Chart



ANEXOS I

Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

Crosstab

Count

		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	23	43	66
	Femenino	50	58	108
	Total	73	101	174

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,205 ^a	1	,138	,156	,092
Continuity Correction ^b	1,760	1	,185		
Likelihood Ratio	2,225	1	,136		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	2,192	1	,139		
N of Valid Cases	174				

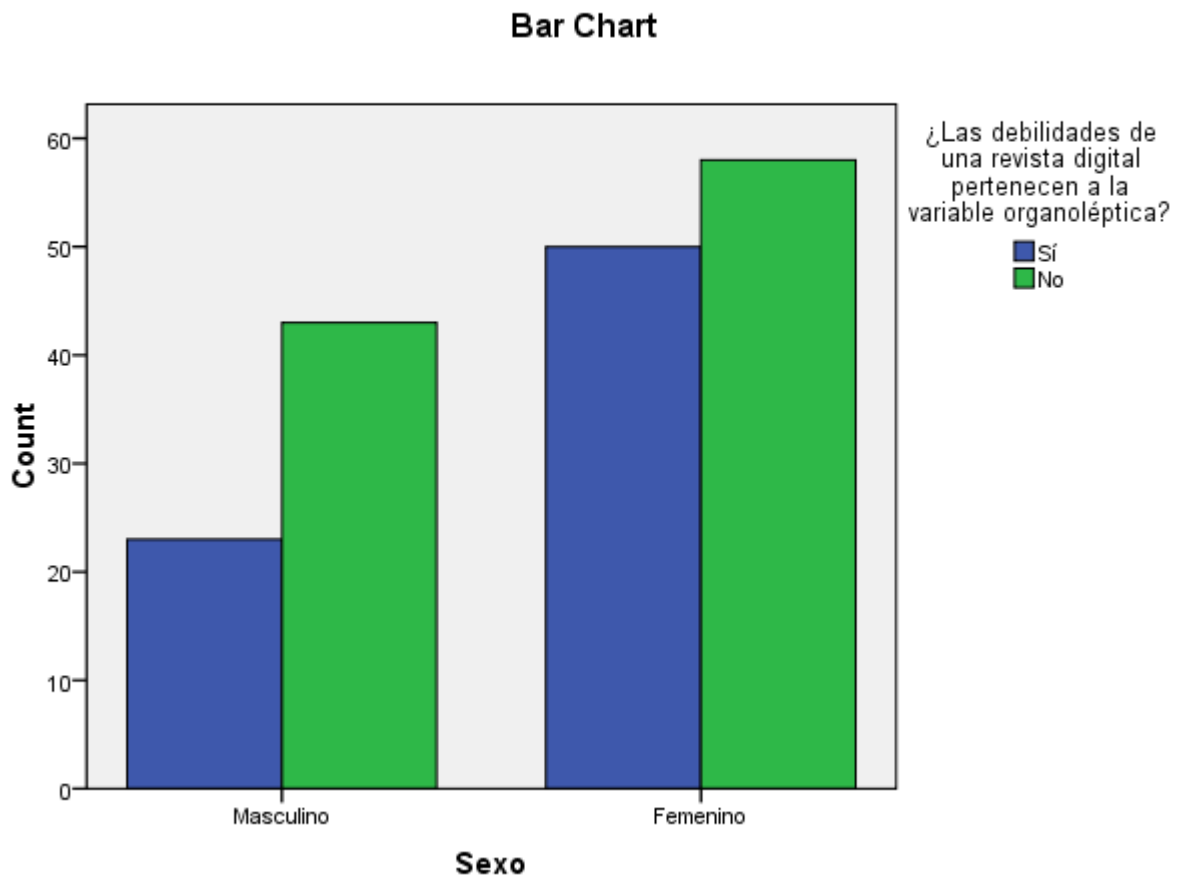
a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 27,69.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,112	,138
	N of Valid Cases	174	

ANEXOS I



ANEXOS I

Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

Crosstab

Count

		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	43	23	66
	Femenino	55	53	108
	Total	98	76	174

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	3,370 ^a	1	,066	,083	,046
Continuity Correction ^b	2,816	1	,093		
Likelihood Ratio	3,405	1	,065		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	3,351	1	,067		
N of Valid Cases	174				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 28,83.

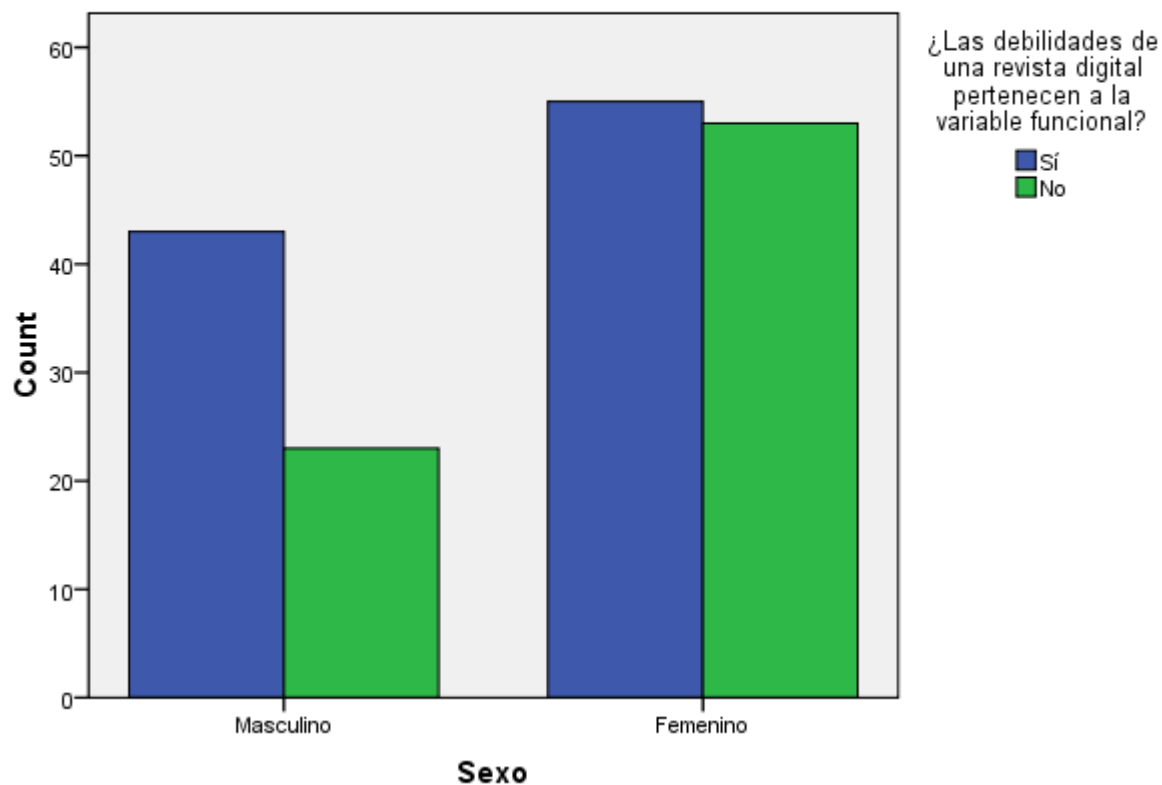
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,138	,066
	N of Valid Cases	174	

ANEXOS I

Bar Chart



Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

Crosstab

Count

		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	48	24	72
	Femenino	62	51	113
	Total	110	75	185

ANEXOS I

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,540 ^a	1	,111	,126	,074
Continuity Correction ^b	2,074	1	,150		
Likelihood Ratio	2,566	1	,109		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	2,526	1	,112		
N of Valid Cases	185				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 29,19.

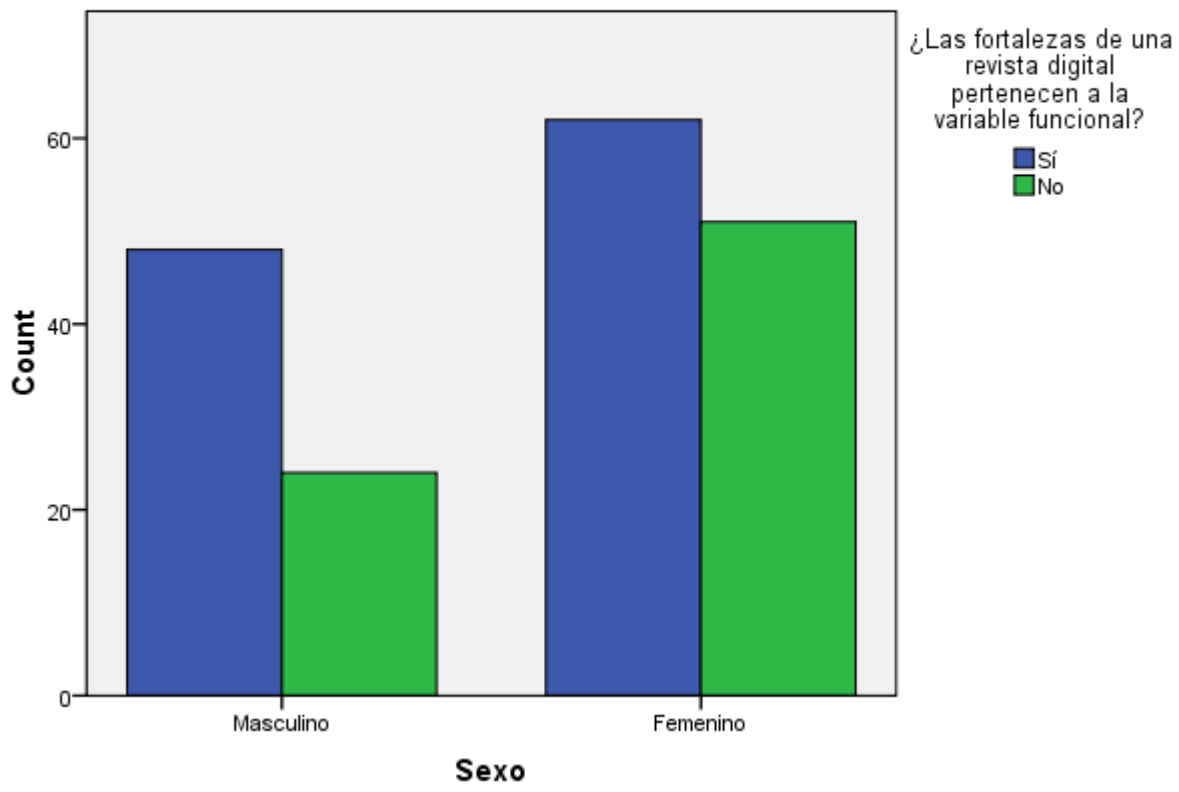
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,116	,111
	N of Valid Cases	185	

ANEXOS I

Bar Chart



ANEXOS I

Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

Crosstab

Count

		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	38	33	71
	Femenino	63	50	113
	Total	101	83	184

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,088 ^a	1	,767	,879	,442
Continuity Correction ^b	,021	1	,886		
Likelihood Ratio	,088	1	,767		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,087	1	,768		
N of Valid Cases	184				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 32,03.

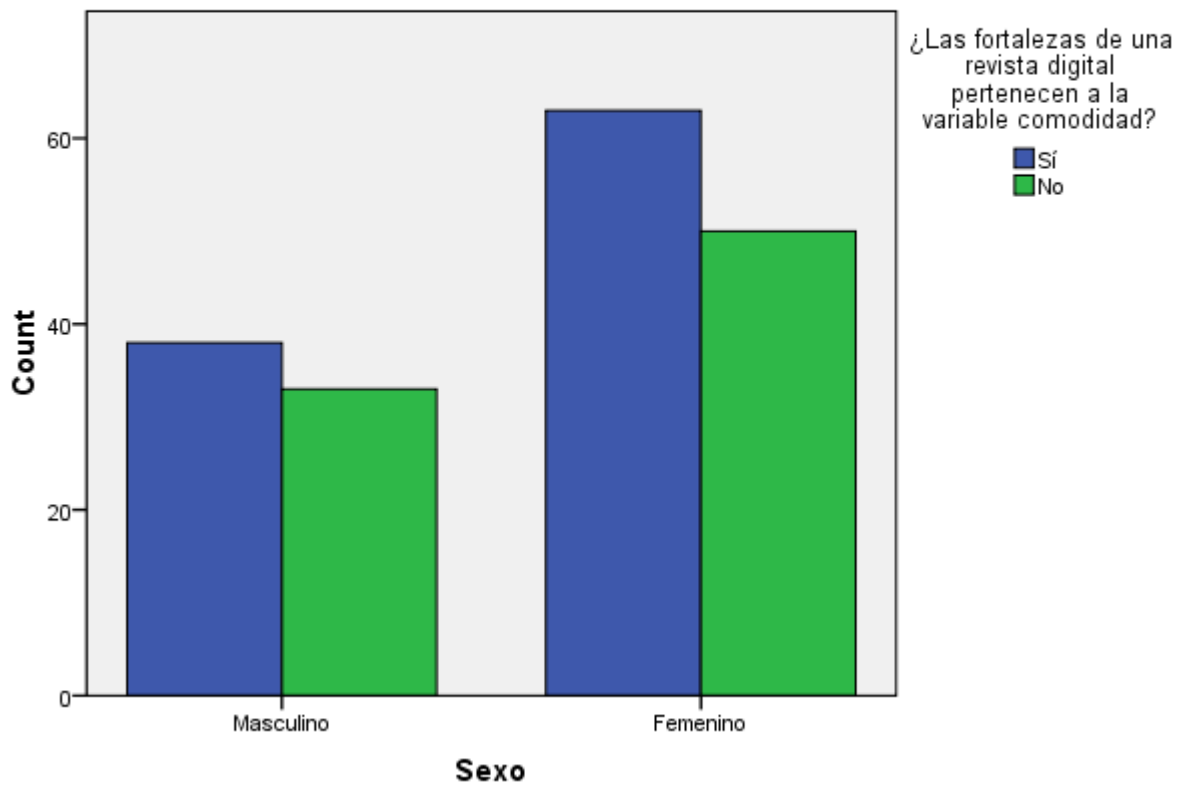
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,022	,767
	N of Valid Cases	184	

ANEXOS I

Bar Chart



ANEXOS I

Sexo * ¿Conoces el término Underground?

Crosstab

Count

		¿Conoces el término Underground?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	69	10	79
	Femenino	83	38	121
	Total	152	48	200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	9,209 ^a	1	,002	,002	,002
Continuity Correction ^b	8,210	1	,004		
Likelihood Ratio	9,820	1	,002		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	9,163	1	,002		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 18,96.

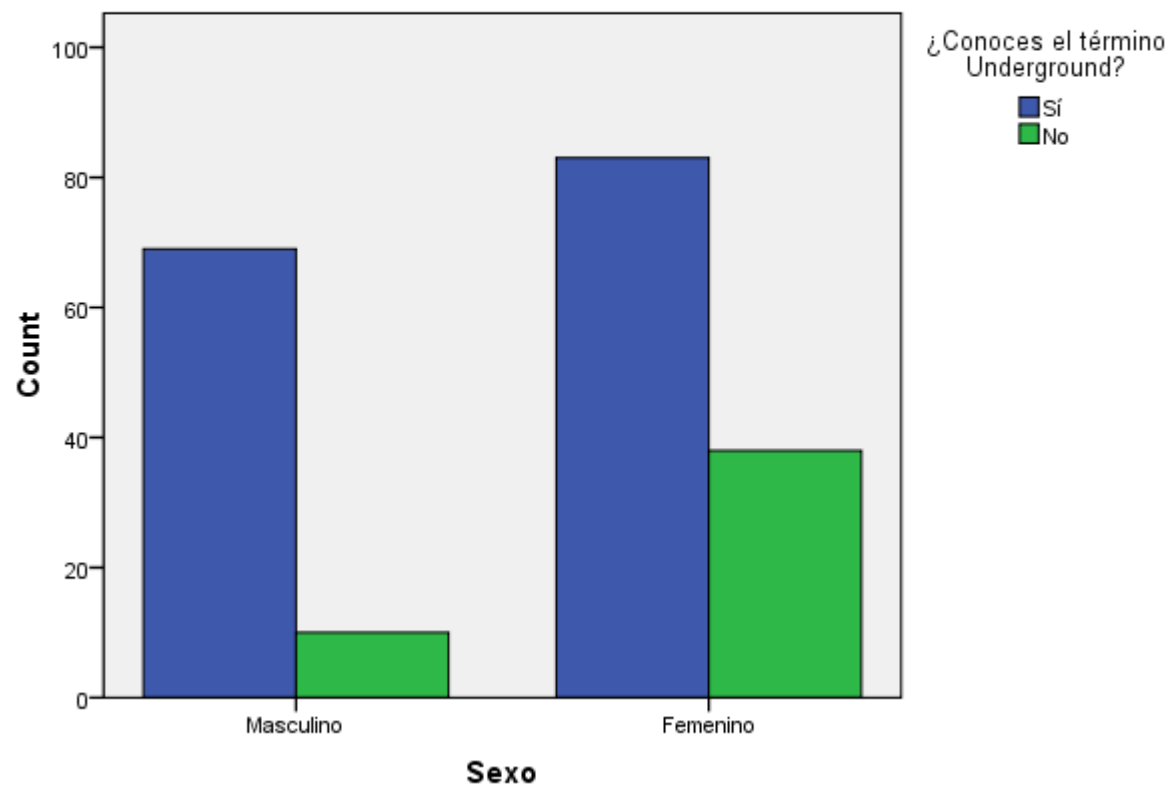
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,210	,002
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS I

Bar Chart



ANEXOS I

Sexo * ¿Te identificas con este estilo?

Crosstab

Count

		¿Te identificas con este estilo?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	31	48	79
	Femenino	36	85	121
	Total	67	133	200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,932 ^a	1	,165	,172	,108
Continuity Correction ^b	1,529	1	,216		
Likelihood Ratio	1,918	1	,166		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	1,922	1	,166		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 26,47.

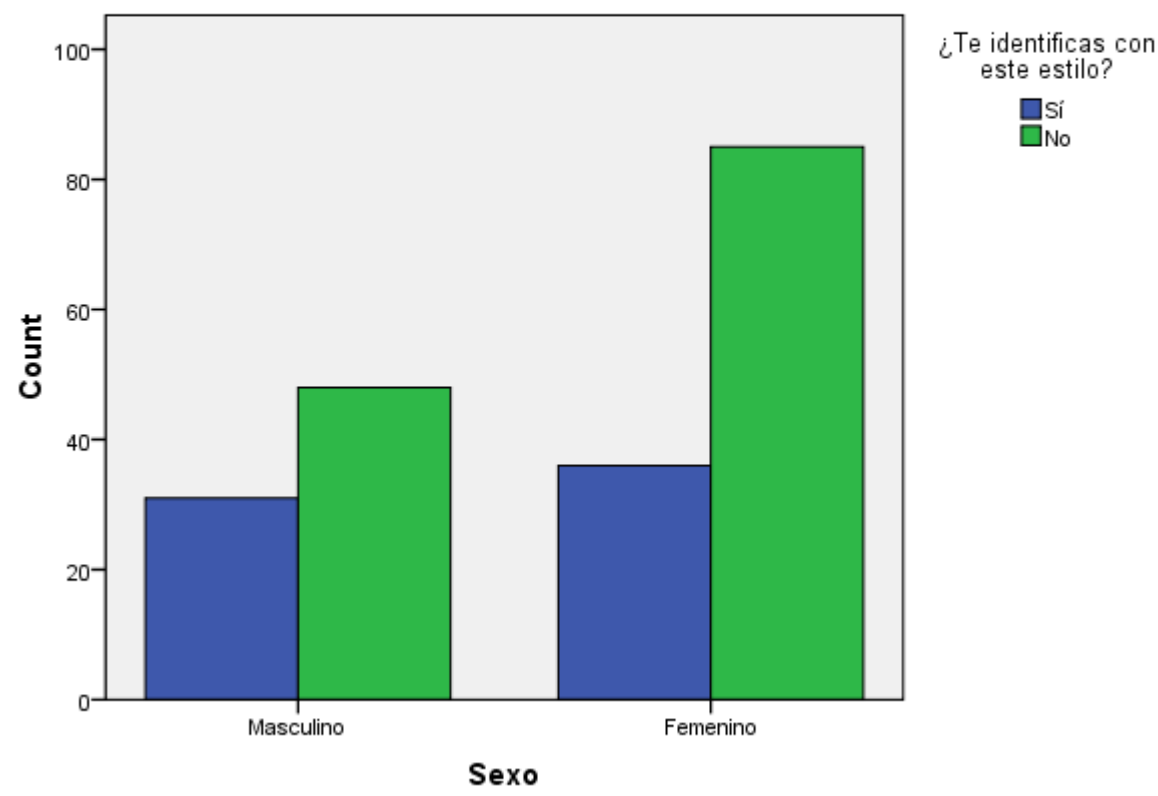
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,098	,165
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS I

Bar Chart



ANEXOS I

Sexo * ¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

Crosstab

Count

		¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	51	28	79
	Femenino	82	39	121
	Total	133	67	200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,221 ^a	1	,638	,649	,374
Continuity Correction ^b	,101	1	,751		
Likelihood Ratio	,221	1	,639		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,220	1	,639		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 26,47.

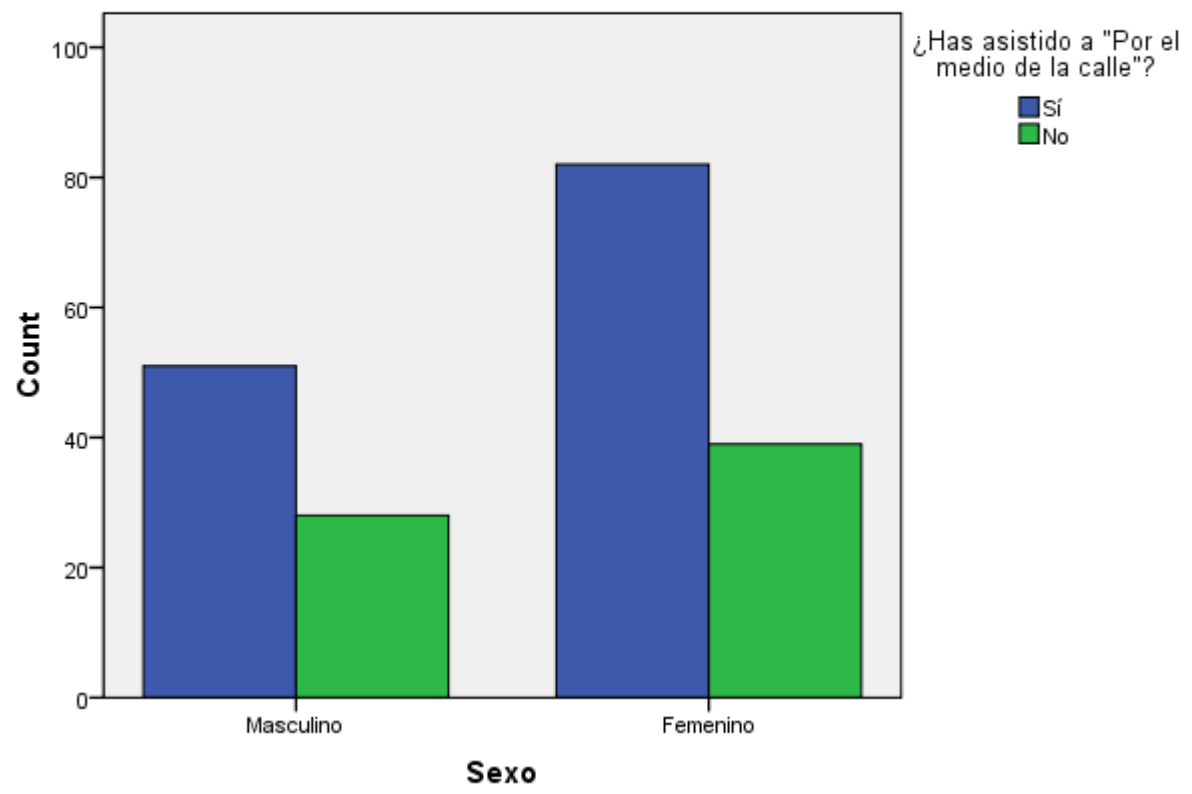
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,033	,638
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS I

Bar Chart



ANEXOS I

Sexo * ¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

Crosstab

Count

		¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	37	42	79
	Femenino	59	62	121
	Total	96	104	200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,071 ^a	1	,790	,885	,452
Continuity Correction ^b	,015	1	,903		
Likelihood Ratio	,071	1	,790		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,071	1	,790		
N of Valid Cases	200				

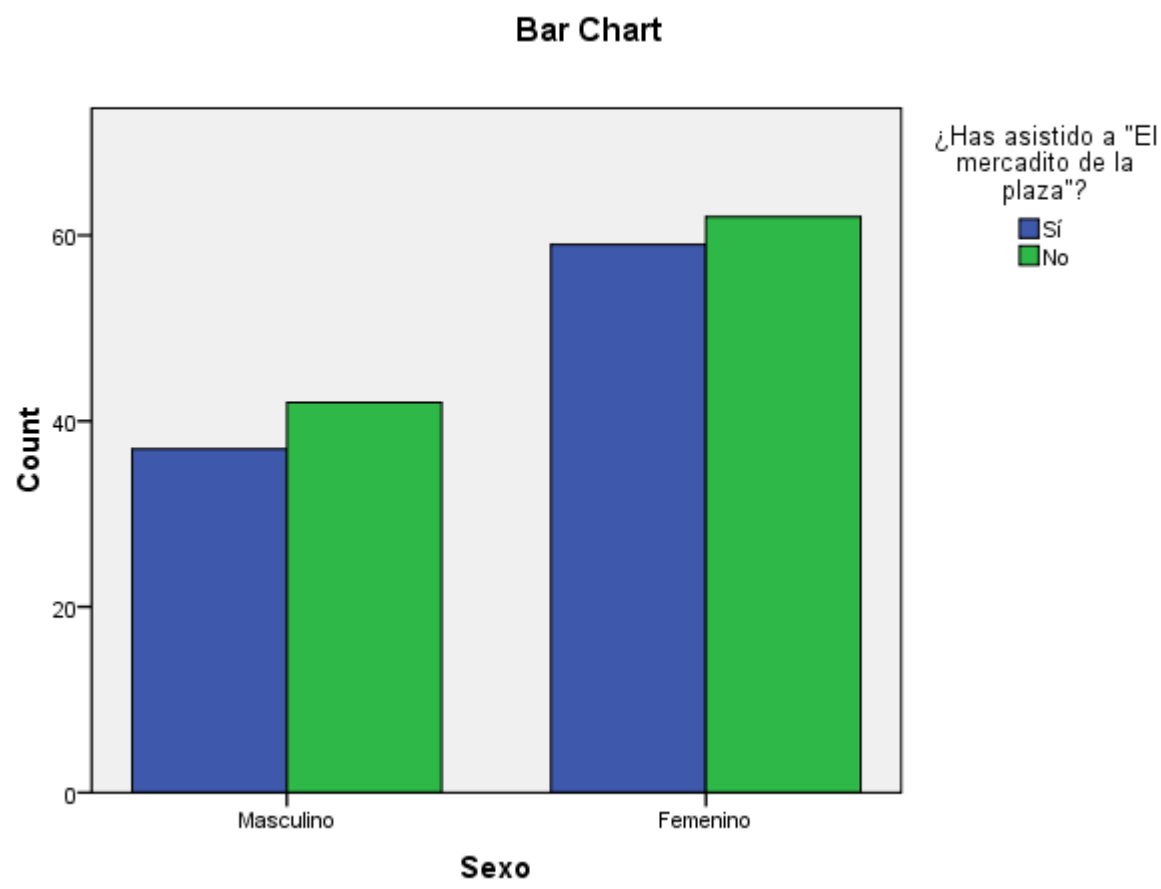
a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 37,92.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,019	,790
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS I



ANEXOS I

Sexo * ¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?

Crosstab

Count

		¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	33	46	79
	Femenino	41	80	121
	Total	74	126	200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,276 ^a	1	,259	,295	,164
Continuity Correction ^b	,960	1	,327		
Likelihood Ratio	1,270	1	,260		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	1,269	1	,260		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 29,23.

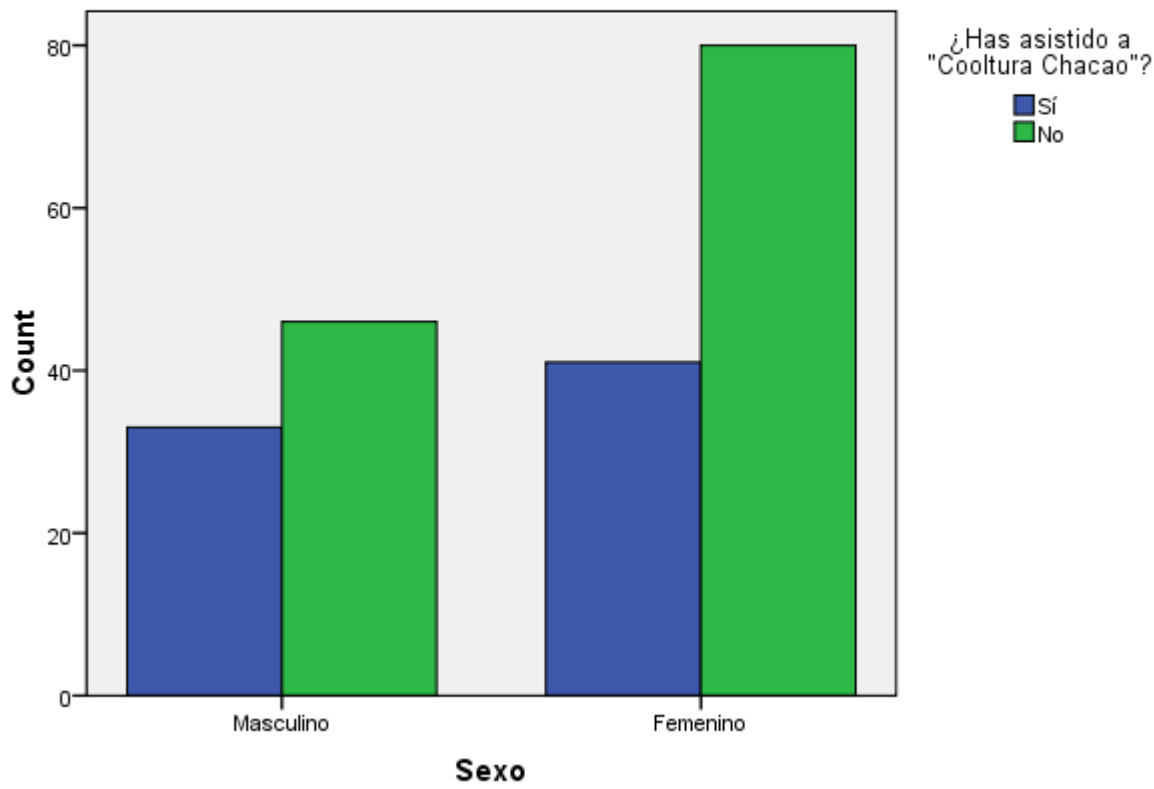
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,080	,259
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS I

Bar Chart



ANEXOS I

Sexo * ¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

Crosstab

Count

		¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	7	72	79
	Femenino	14	107	121
	Total	21	179	200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,373 ^a	1	,541	,641	,359
Continuity Correction ^b	,141	1	,708		
Likelihood Ratio	,380	1	,537		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,372	1	,542		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,30.

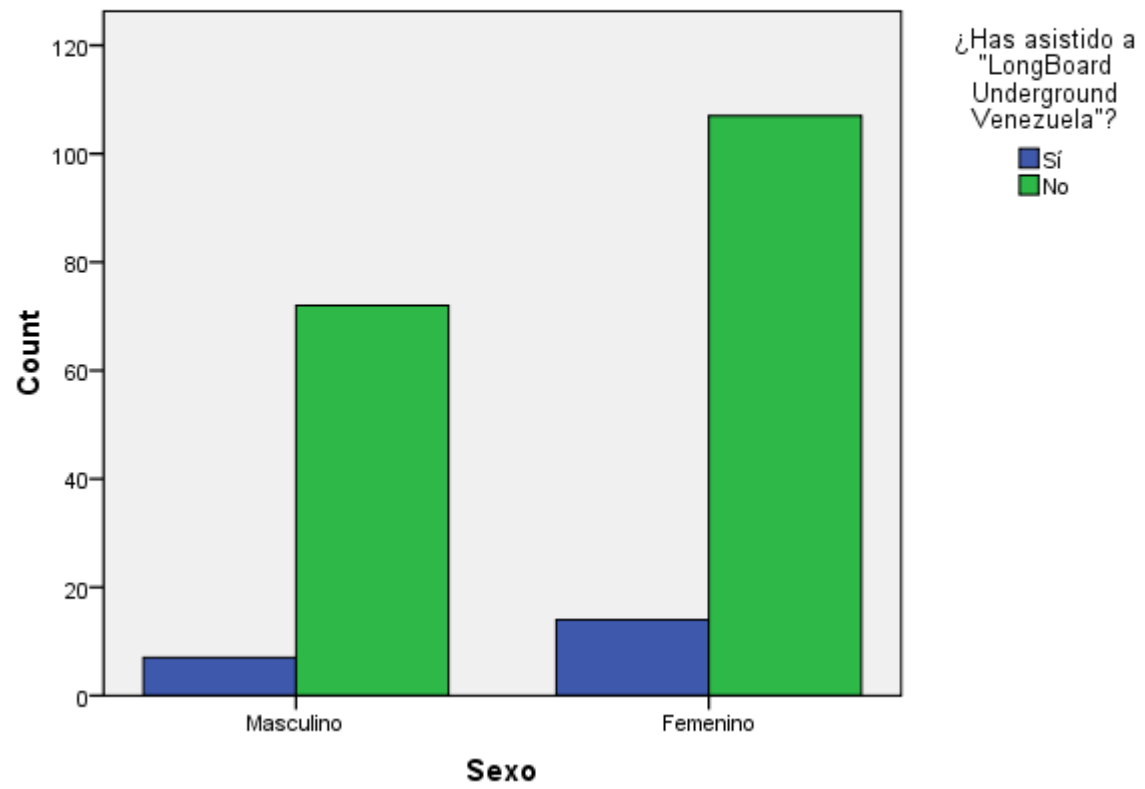
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,043	,541
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS I

Bar Chart



ANEXOS I

Sexo * ¿No has asistido a ninguno?

Crosstab

Count

		¿No has asistido a ninguno?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	17	62	79
	Femenino	27	94	121
	Total	44	156	200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,018 ^a	1	,894	1,000	,519
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,018	1	,894		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,018	1	,895		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 17,38.

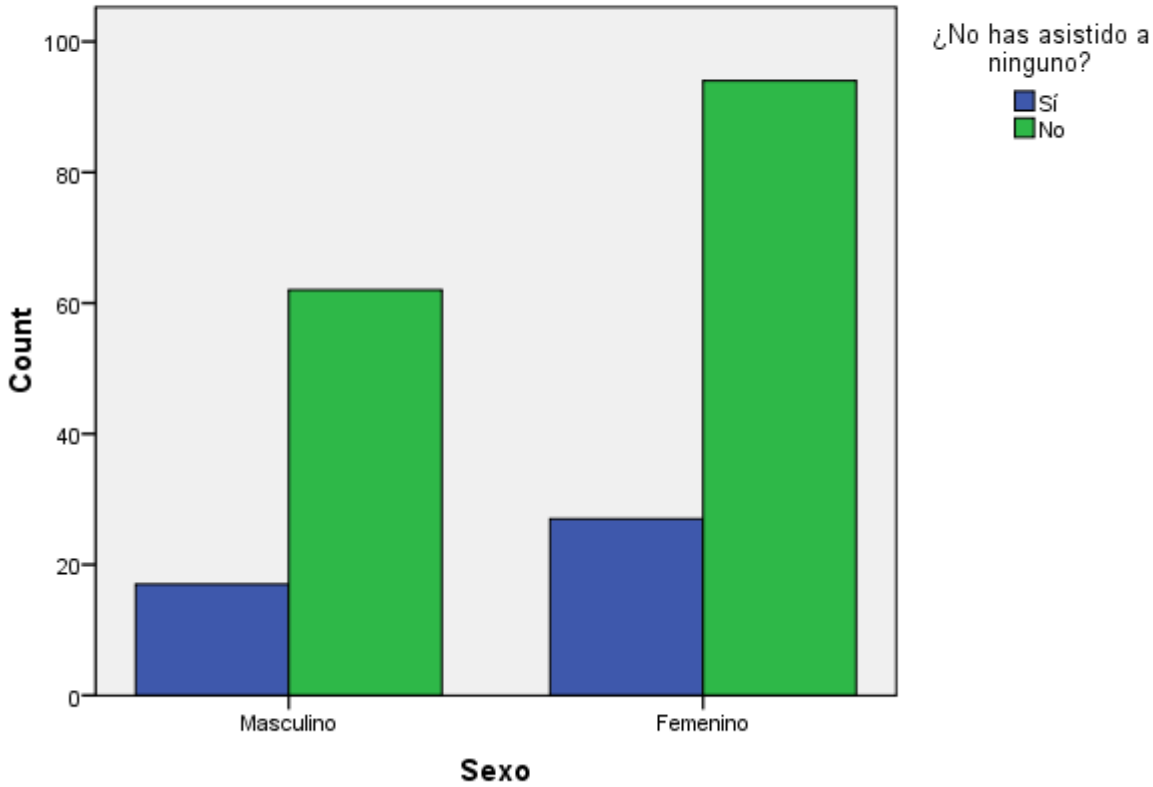
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,009	,894
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS I

Bar Chart



ANEXOS I

Sexo * ¿Leerías una revista digital de corte underground?

Crosstab

Count

		¿Leerías una revista digital de corte underground?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	64	15	79
	Femenino	101	20	121
	Total	165	35	200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,200 ^a	1	,655	,705	,396
Continuity Correction ^b	,066	1	,797		
Likelihood Ratio	,199	1	,656		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,199	1	,655		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13,83.

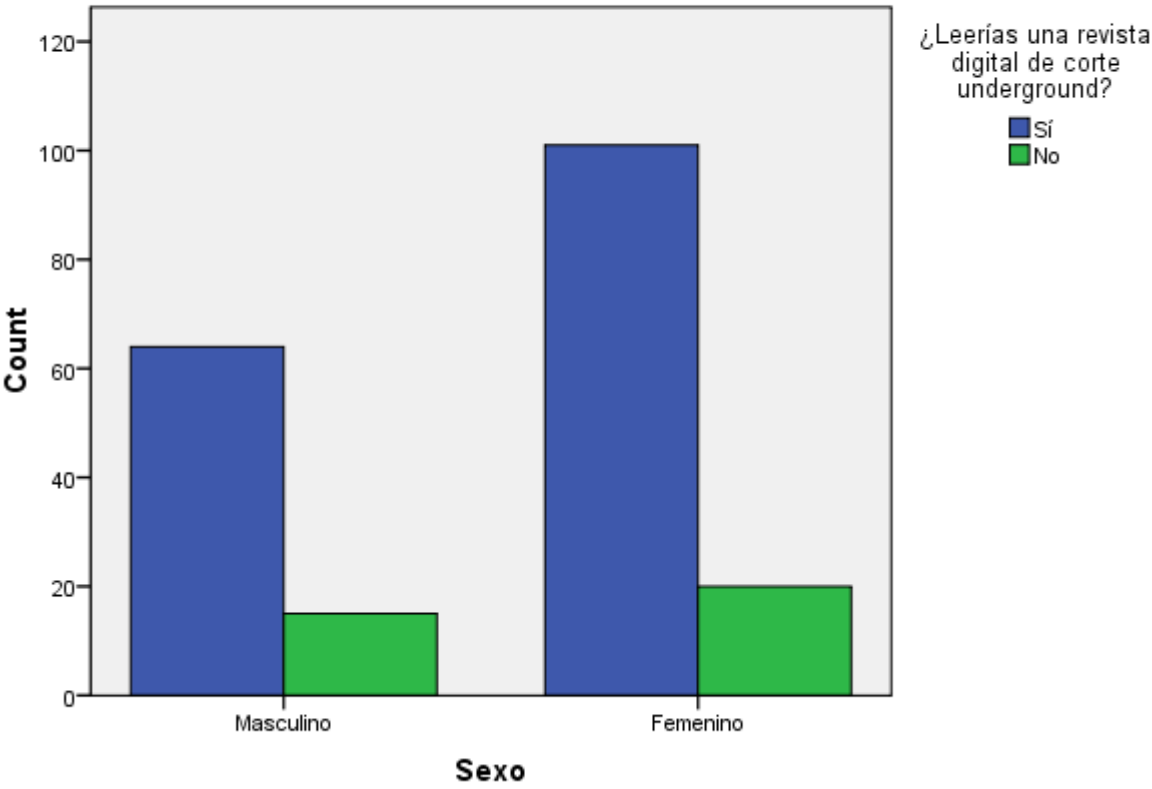
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,032	,655
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS I

Bar Chart



ANEXOS I

Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	50	14	64
	Femenino	96	9	105
	Total	146	23	169

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	5,986 ^a	1	,014	,020	,014
Continuity Correction ^b	4,908	1	,027		
Likelihood Ratio	5,792	1	,016		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	5,950	1	,015		
N of Valid Cases	169				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,71.

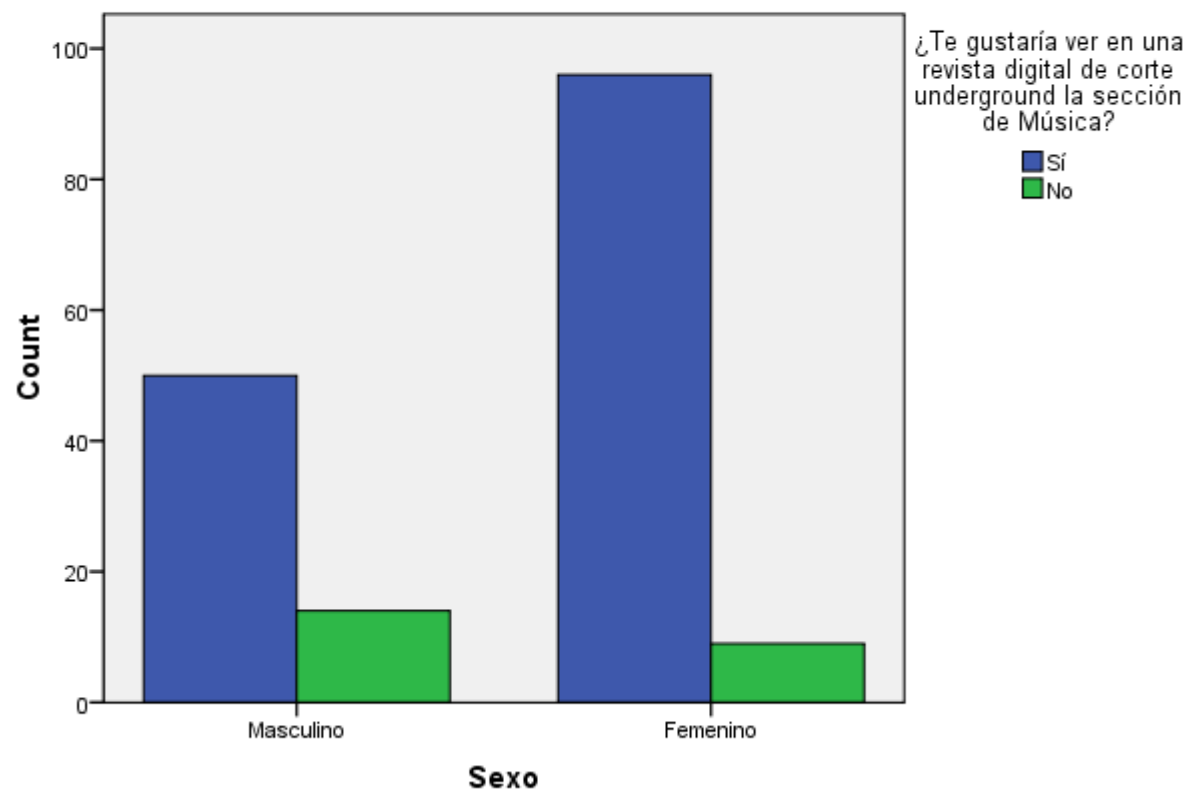
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,185	,014
	N of Valid Cases	169	

ANEXOS I

Bar Chart



ANEXOS I

Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?		
		Sí	No	Total
Sexo	Masculino	44	20	64
	Femenino	79	26	105
	Total	123	46	169

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,845 ^a	1	,358	,377	,229
Continuity Correction ^b	,549	1	,459		
Likelihood Ratio	,836	1	,360		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,840	1	,359		
N of Valid Cases	169				

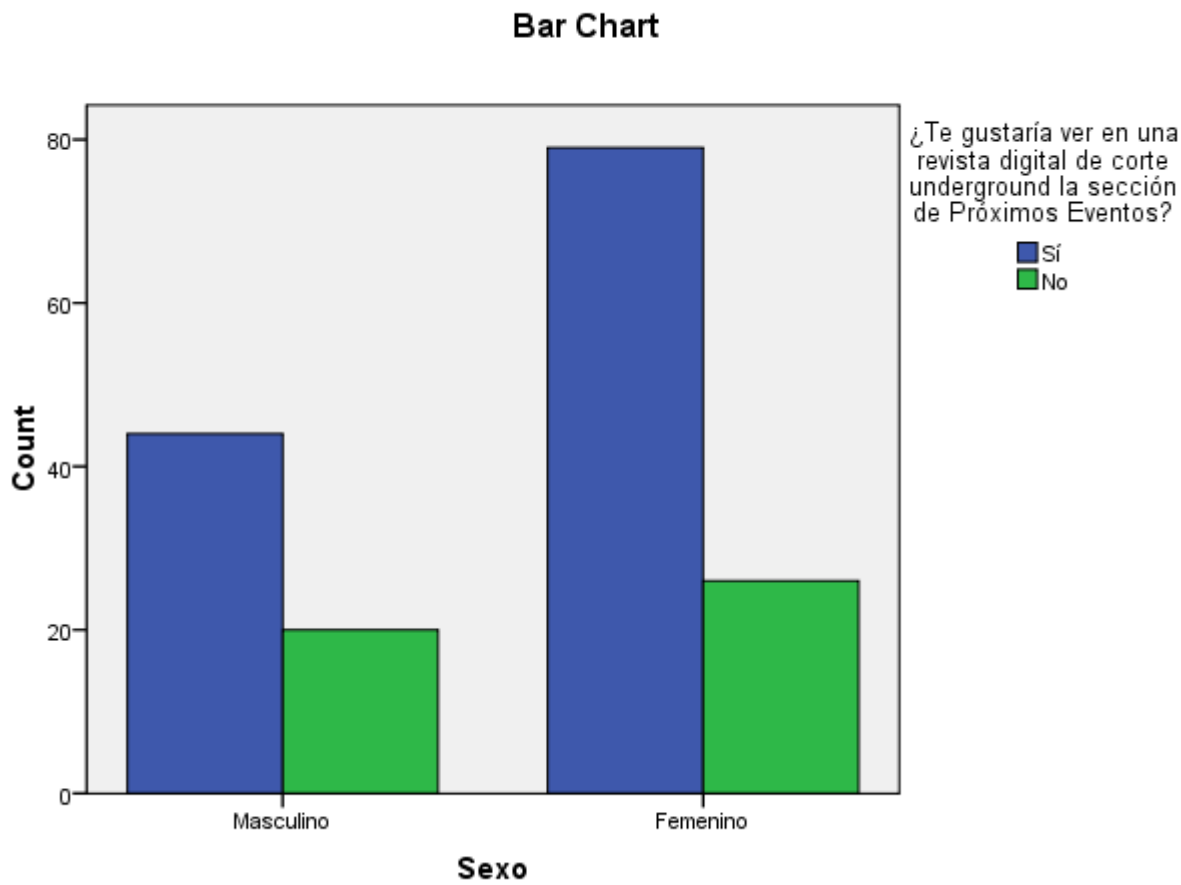
a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 17,42.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,071	,358
	N of Valid Cases	169	

ANEXOS I



ANEXOS I

Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	30	34	64
	Femenino	56	45	101
	Total	86	79	165

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,153 ^a	1	,283		
Continuity Correction ^b	,835	1	,361		
Likelihood Ratio	1,154	1	,283		
Fisher's Exact Test				,338	,180
Linear-by-Linear Association	1,146	1	,284		
N of Valid Cases	165				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 30,64.

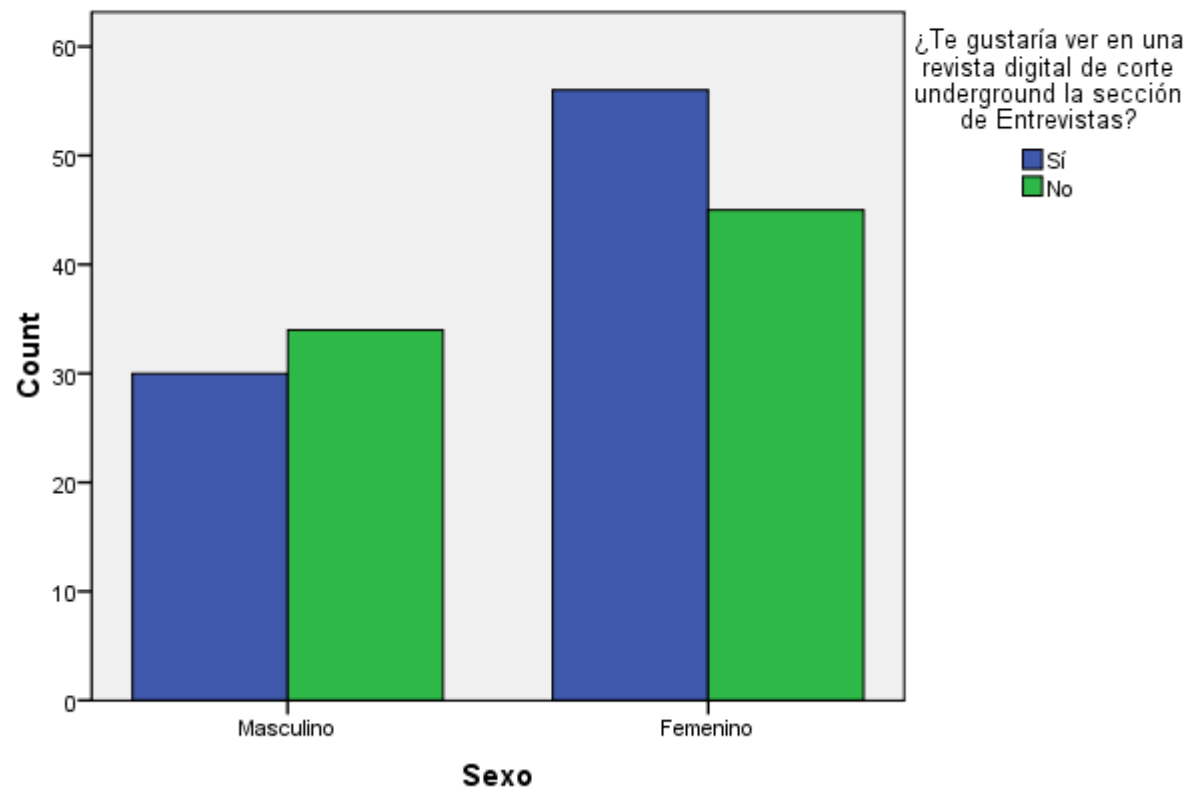
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,083	,283
	N of Valid Cases	165	

ANEXOS I

Bar Chart



ANEXOS I

Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	47	17	64
	Femenino	76	25	101
	Total	123	42	165

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,068 ^a	1	,795	,855	,467
Continuity Correction ^b	,006	1	,939		
Likelihood Ratio	,067	1	,795		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,067	1	,795		
N of Valid Cases	165				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 16,29.

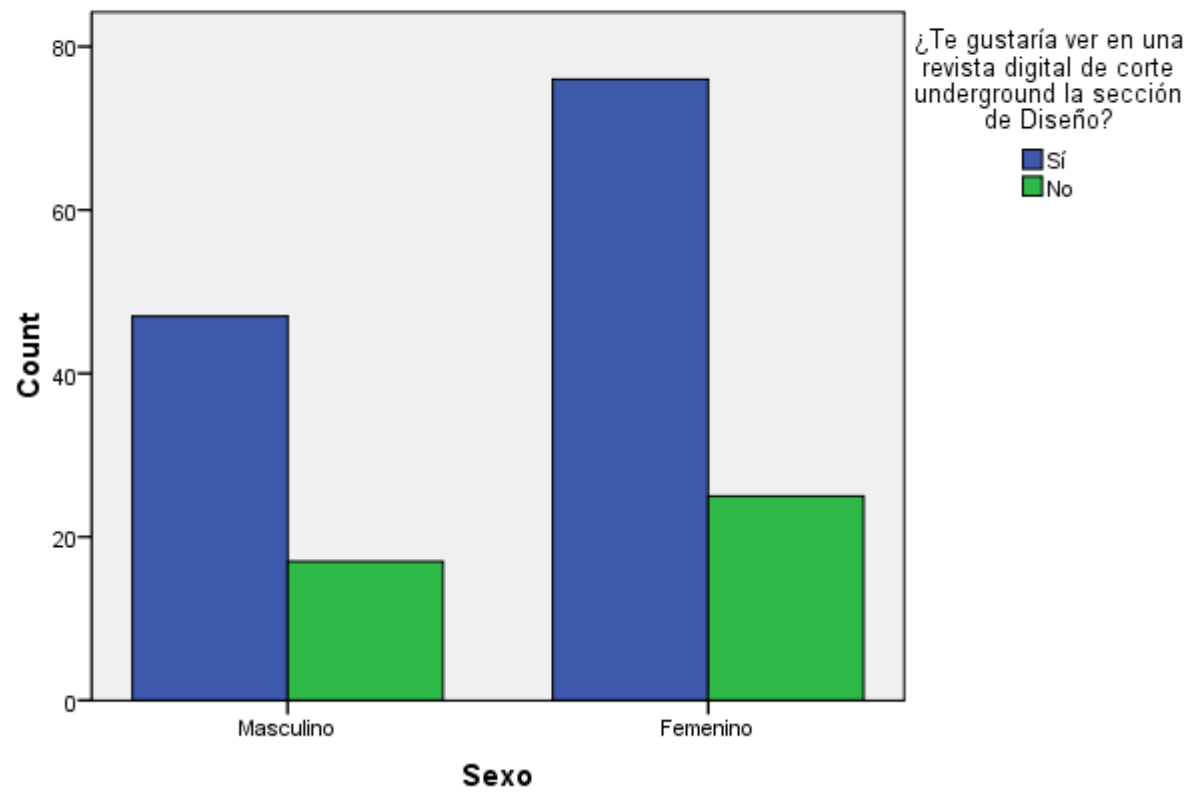
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,020	,795
	N of Valid Cases	165	

ANEXOS I

Bar Chart



ANEXOS I

Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	11	53	64
	Femenino	44	57	101
	Total	55	110	165

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	12,265 ^a	1	,000	,001	,000
Continuity Correction ^b	11,107	1	,001		
Likelihood Ratio	12,979	1	,000		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	12,191	1	,000		
N of Valid Cases	165				

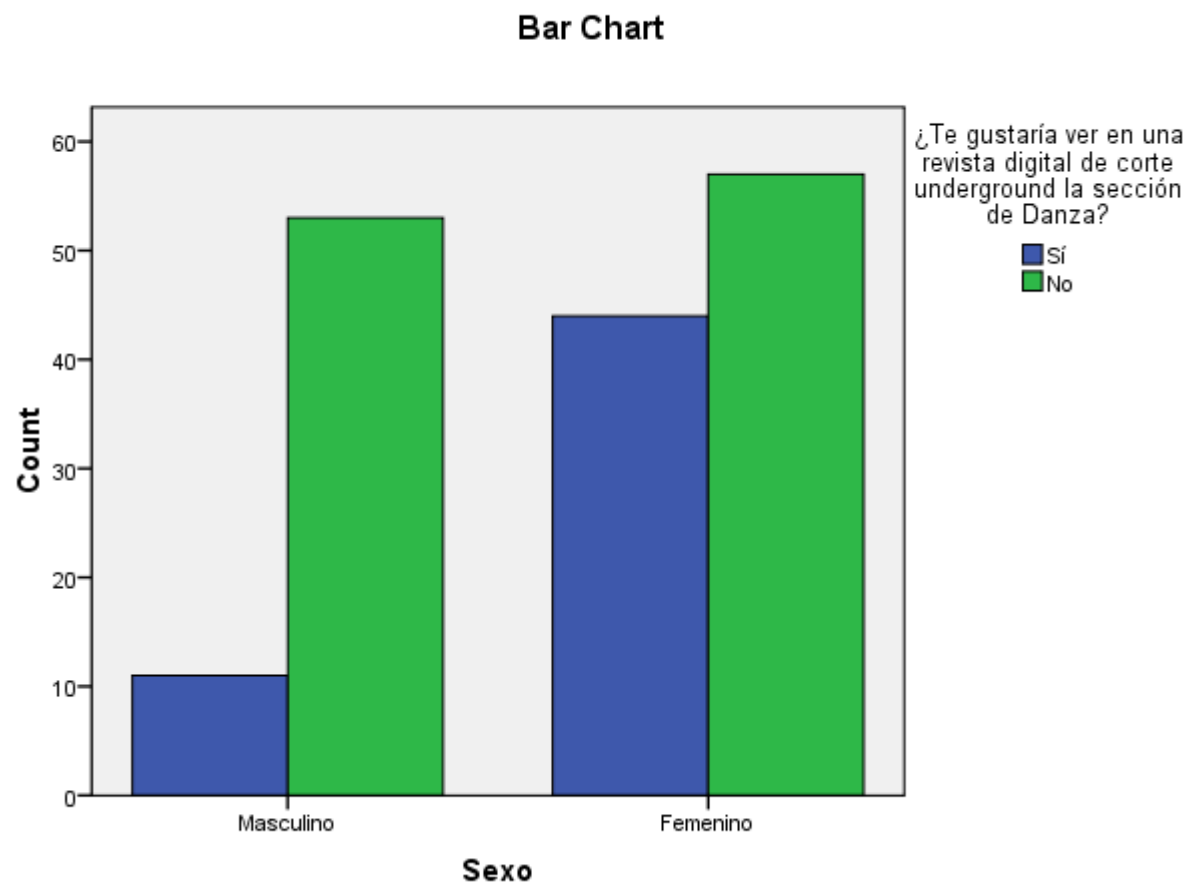
a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 21,33.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,263	,000
	N of Valid Cases	165	

ANEXOS I



ANEXOS I

Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	9	55	64
	Femenino	41	60	101
	Total	50	115	165

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	13,057 ^a	1	,000	,000	,000
Continuity Correction ^b	11,831	1	,001		
Likelihood Ratio	14,025	1	,000		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	12,978	1	,000		
N of Valid Cases	165				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 19,39.

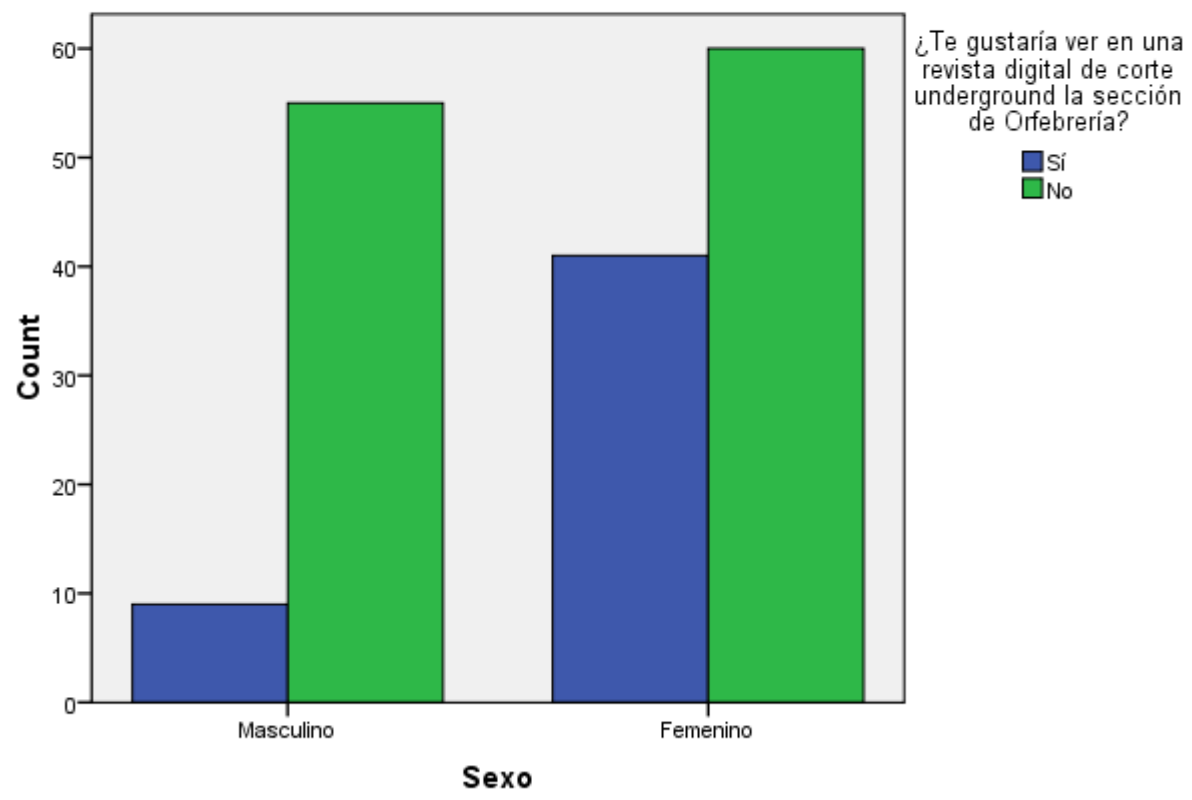
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,271	,000
	N of Valid Cases	165	

ANEXOS I

Bar Chart



ANEXOS I

Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?		
		Sí	No	Total
Sexo	Masculino	39	25	64
	Femenino	71	30	101
	Total	110	55	165

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,544 ^a	1	,214	,238	,142
Continuity Correction ^b	1,152	1	,283		
Likelihood Ratio	1,532	1	,216		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	1,535	1	,215		
N of Valid Cases	165				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 21,33.

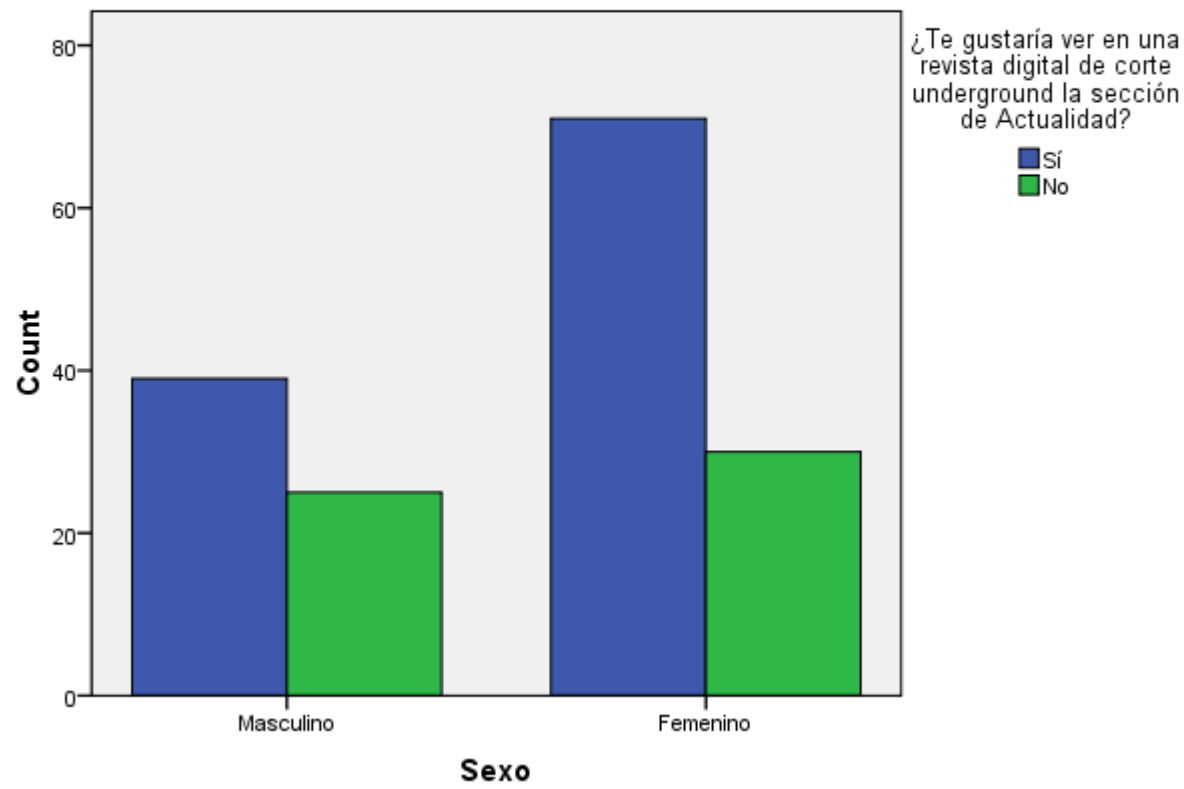
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,096	,214
	N of Valid Cases	165	

ANEXOS I

Bar Chart



ANEXOS I

Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	47	17	64
	Femenino	87	14	101
	Total	134	31	165

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	4,142 ^a	1	,042	,064	,035
Continuity Correction ^b	3,351	1	,067		
Likelihood Ratio	4,047	1	,044		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	4,117	1	,042		
N of Valid Cases	165				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 12,02.

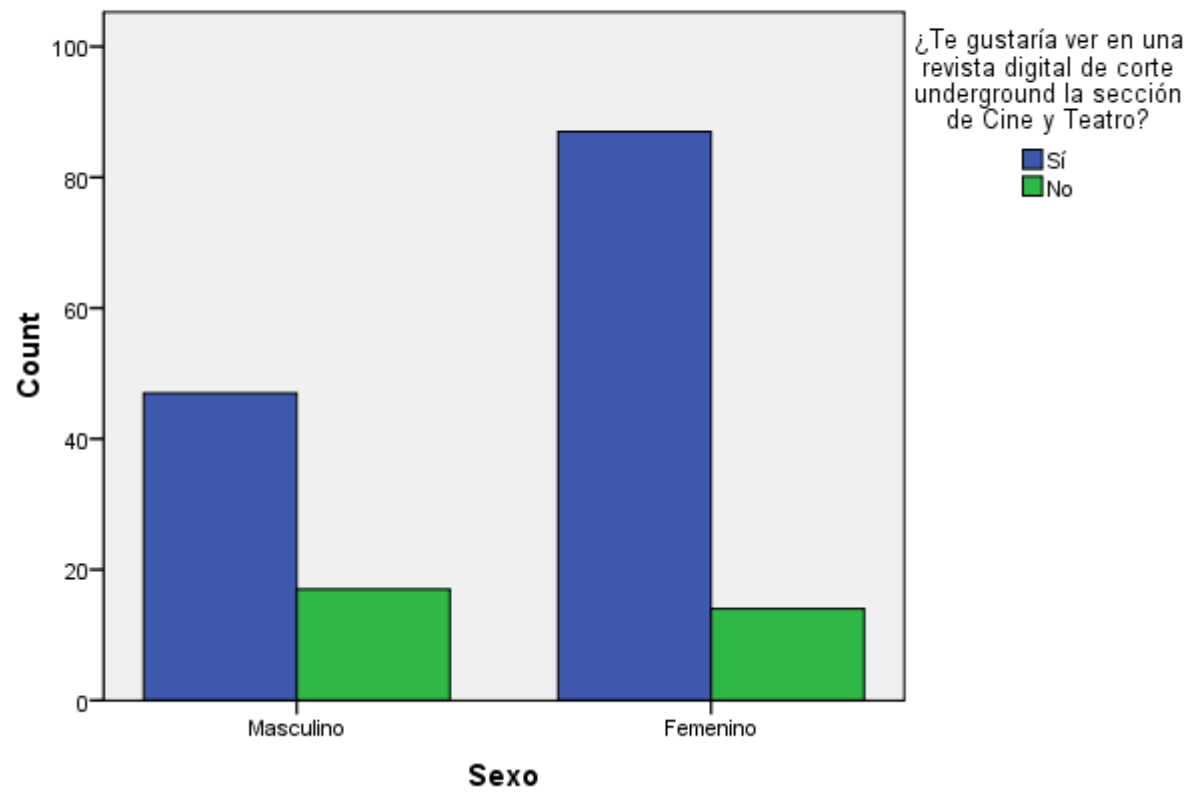
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,156	,042
	N of Valid Cases	165	

ANEXOS I

Bar Chart



ANEXOS I

Sexo * ¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

Crosstab

Count

		¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?				Total
		Semanal	Quincenal	Mensual	Bimestral	
Sexo	Masculino	21	19	23	1	64
	Femenino	28	31	40	2	101
	Total	49	50	63	3	165

Chi-Square Tests

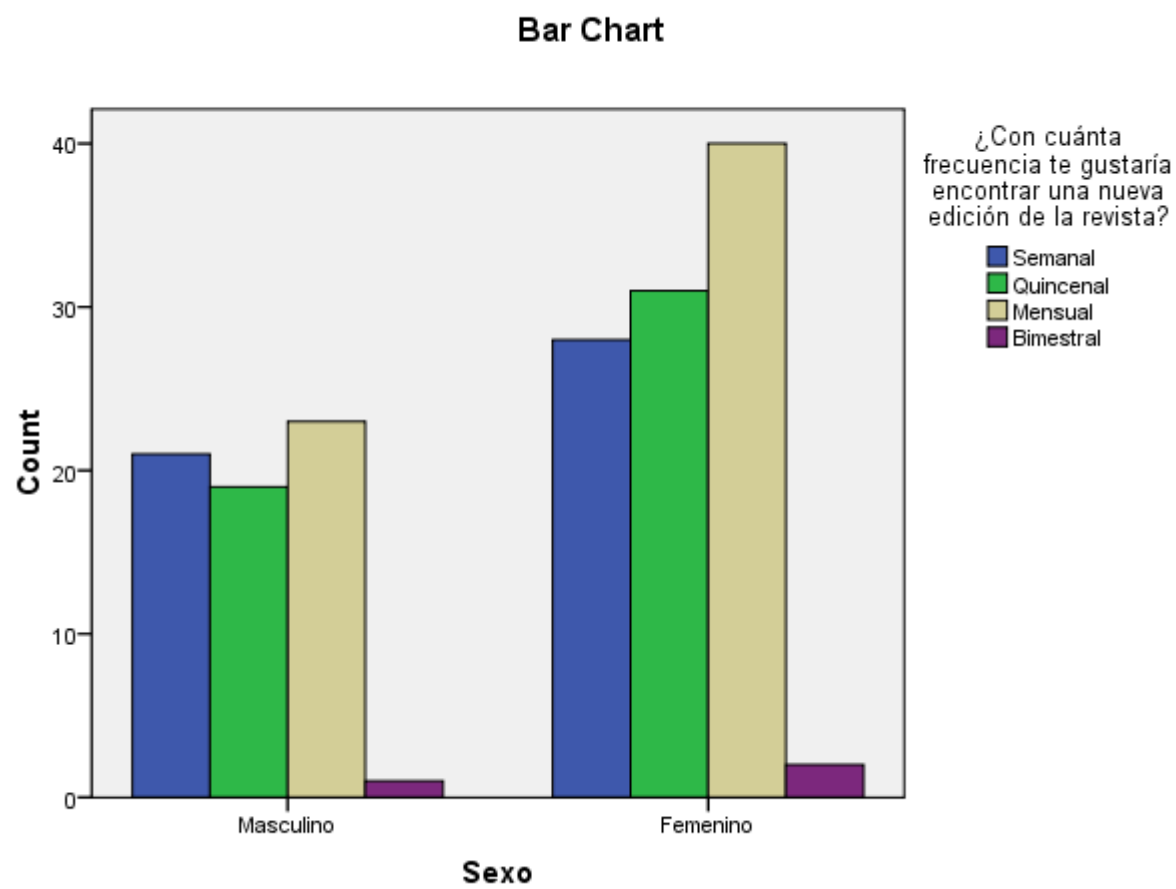
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,530 ^a	3	,912
Likelihood Ratio	,528	3	,913
Linear-by-Linear Association	,486	1	,486
N of Valid Cases	165		

a. 2 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,16.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,057	,912
	N of Valid Cases	165	

ANEXOS I



ANEXOS I

Sexo * ¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	45	19	64
	Femenino	86	16	102
	Total	131	35	166

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	4,633 ^a	1	,031	,049	,026
Continuity Correction ^b	3,830	1	,050		
Likelihood Ratio	4,531	1	,033		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	4,605	1	,032		
N of Valid Cases	166				

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13,49.

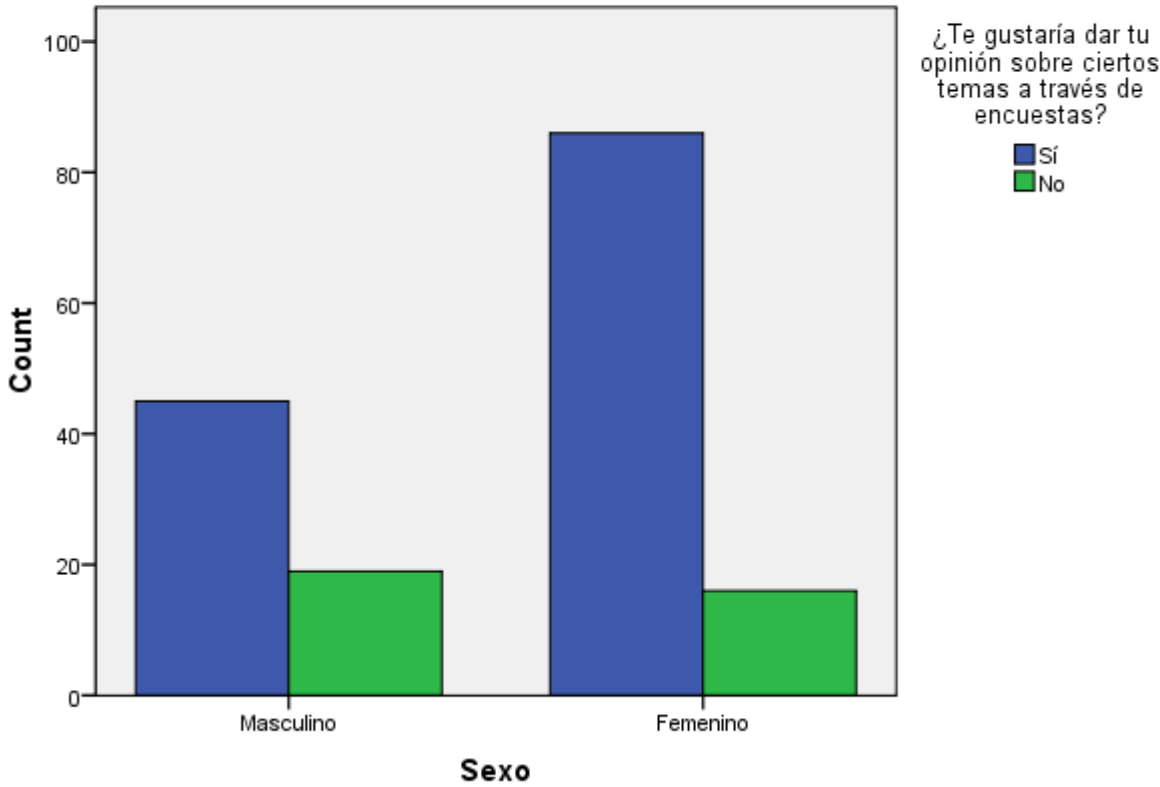
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,165	,031
	N of Valid Cases	166	

ANEXOS I

Bar Chart



ANEXOS J

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Sexo * ¿Qué tipo de revistas prefieres leer?	90	100,0%	0	,0%	90	100,0%
Sexo * ¿Con qué frecuencia utilizas Internet?	90	100,0%	0	,0%	90	100,0%
Sexo * ¿Visitas páginas Web informativas?	90	100,0%	0	,0%	90	100,0%
Sexo * ¿Visitas páginas Web educativas?	90	100,0%	0	,0%	90	100,0%
Sexo * ¿Visitas redes sociales?	90	100,0%	0	,0%	90	100,0%
Sexo * ¿Visitas páginas Web culturales?	90	100,0%	0	,0%	90	100,0%
Sexo * ¿Visitas páginas Web corporativas?	90	100,0%	0	,0%	90	100,0%
Sexo * ¿Alguna vez has leído una revista digital?	90	100,0%	0	,0%	90	100,0%
Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	79	87,8%	11	12,2%	90	100,0%
Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	79	87,8%	11	12,2%	90	100,0%
Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	79	87,8%	11	12,2%	90	100,0%
Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	86	95,6%	4	4,4%	90	100,0%
Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	87	96,7%	3	3,3%	90	100,0%
Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	86	95,6%	4	4,4%	90	100,0%

ANEXOS J

Sexo * ¿Conoces el término Underground?	90	100,0%	0	,0%	90	100,0%
Sexo * ¿Te identificas con este estilo?	90	100,0%	0	,0%	90	100,0%
Sexo * ¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?	90	100,0%	0	,0%	90	100,0%
Sexo * ¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?	90	100,0%	0	,0%	90	100,0%
Sexo * ¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?	90	100,0%	0	,0%	90	100,0%
Sexo * ¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?	90	100,0%	0	,0%	90	100,0%
Sexo * ¿No has asistido a ninguno?	90	100,0%	0	,0%	90	100,0%
Sexo * ¿Leerías una revista digital de corte underground?	90	100,0%	0	,0%	90	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?	77	85,6%	13	14,4%	90	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?	77	85,6%	13	14,4%	90	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?	77	85,6%	13	14,4%	90	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?	77	85,6%	13	14,4%	90	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?	77	85,6%	13	14,4%	90	100,0%

ANEXOS J

Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?	77	85,6%	13	14,4%	90	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?	77	85,6%	13	14,4%	90	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?	77	85,6%	13	14,4%	90	100,0%
Sexo * ¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?	77	85,6%	13	14,4%	90	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?	77	85,6%	13	14,4%	90	100,0%

Sexo * ¿Qué tipo de revistas prefieres leer?

Crosstab

Count

		¿Qué tipo de revistas prefieres leer?				
		Especializadas	Variedades	Políticas	Deportivas	De Actualidad
Sexo	Masculino	15	6	0	5	0
	Femenino	13	37	1	3	1
	Total	28	43	1	8	1

Crosstab

Count

		¿Qué tipo de revistas prefieres leer?		Total
		Juveniles	Corporativas	
Sexo	Masculino	1	0	27

ANEXOS J

Femenino	7	1	63
Total	8	1	90

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	19,157 ^a	6	,004
Likelihood Ratio	19,915	6	,003
Linear-by-Linear Association	2,177	1	,140
N of Valid Cases	90		

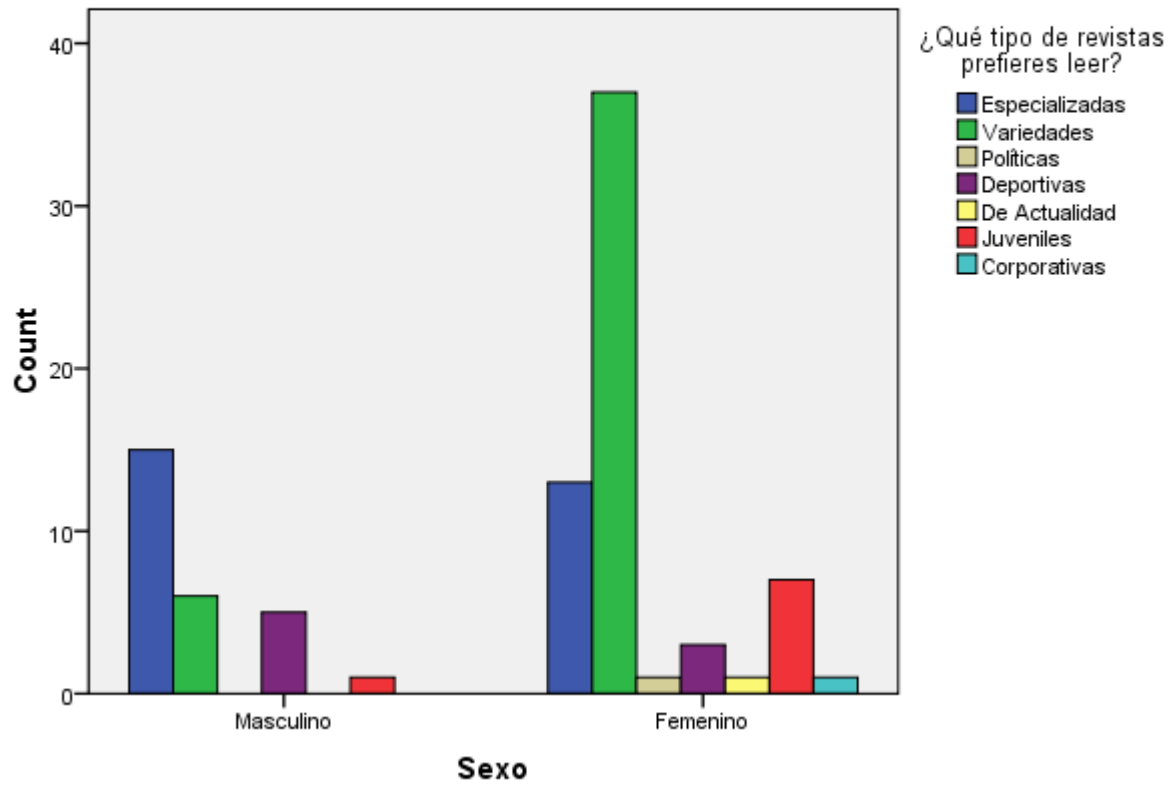
a. 8 cells (57,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,30.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,419	,004
	N of Valid Cases	90	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

Crosstab

		¿Con qué frecuencia utilizas Internet?			Total
		Diariamente	De 2 a 4 días a la semana	1 día a la semana	
Sexo	Masculino	25	2	0	27
	Femenino	54	8	1	63
	Total	79	10	1	90

ANEXOS J

Chi-Square Tests

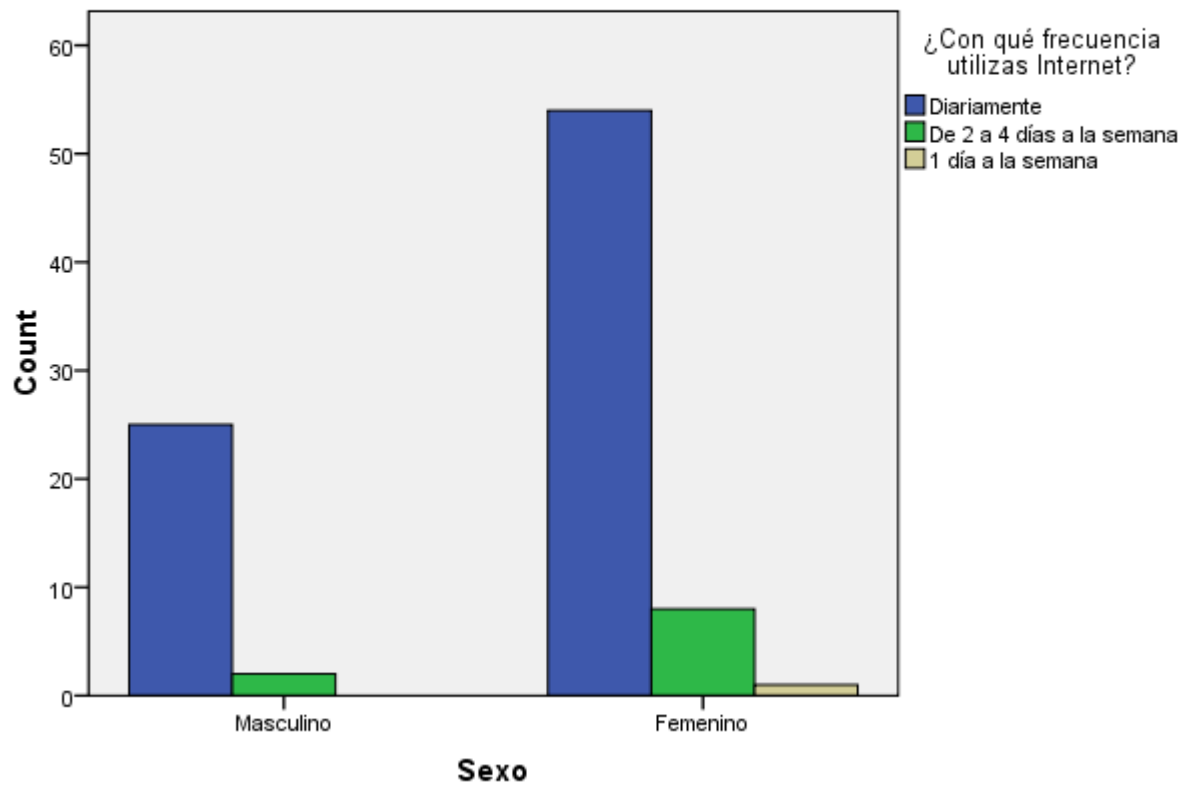
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,007 ^a	2	,605
Likelihood Ratio	1,329	2	,515
Linear-by-Linear Association	,972	1	,324
N of Valid Cases	90		

a. 3 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,30.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,105	,605
	N of Valid Cases	90	

Bar Chart



ANEXOS J

Sexo * ¿Visitas páginas Web informativas?

Crosstab

Count

		¿Visitas páginas Web informativas?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	23	4	27
	Femenino	45	18	63
	Total	68	22	90

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,937 ^a	1	,164	,192	,129
Continuity Correction ^b	1,263	1	,261		
Likelihood Ratio	2,073	1	,150		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	1,915	1	,166		
N of Valid Cases	90				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,60.

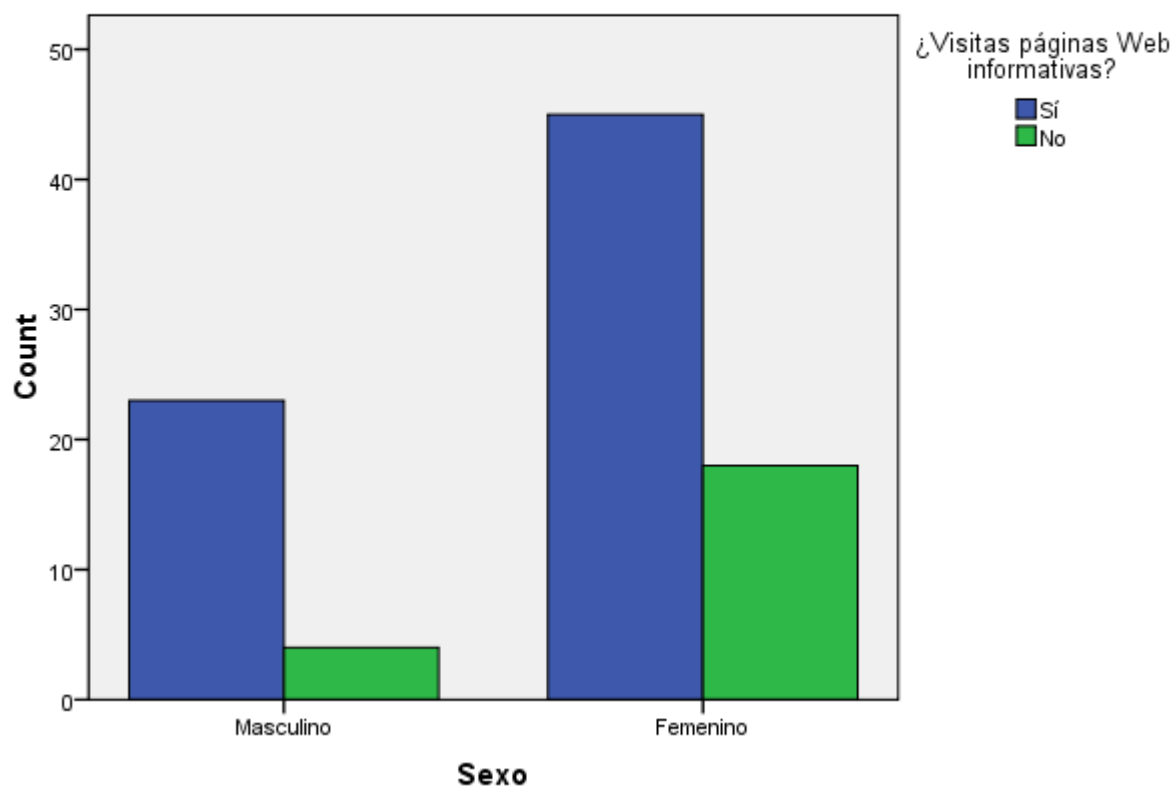
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,145	,164
	N of Valid Cases	90	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Visitas páginas Web educativas?

Crosstab

		¿Visitas páginas Web educativas?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	15	12	27
	Femenino	44	19	63
	Total	59	31	90

Chi-Square Tests

ANEXOS J

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,708 ^a	1	,191		
Continuity Correction ^b	1,134	1	,287		
Likelihood Ratio	1,676	1	,196		
Fisher's Exact Test				,230	,144
Linear-by-Linear Association	1,689	1	,194		
N of Valid Cases	90				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,30.

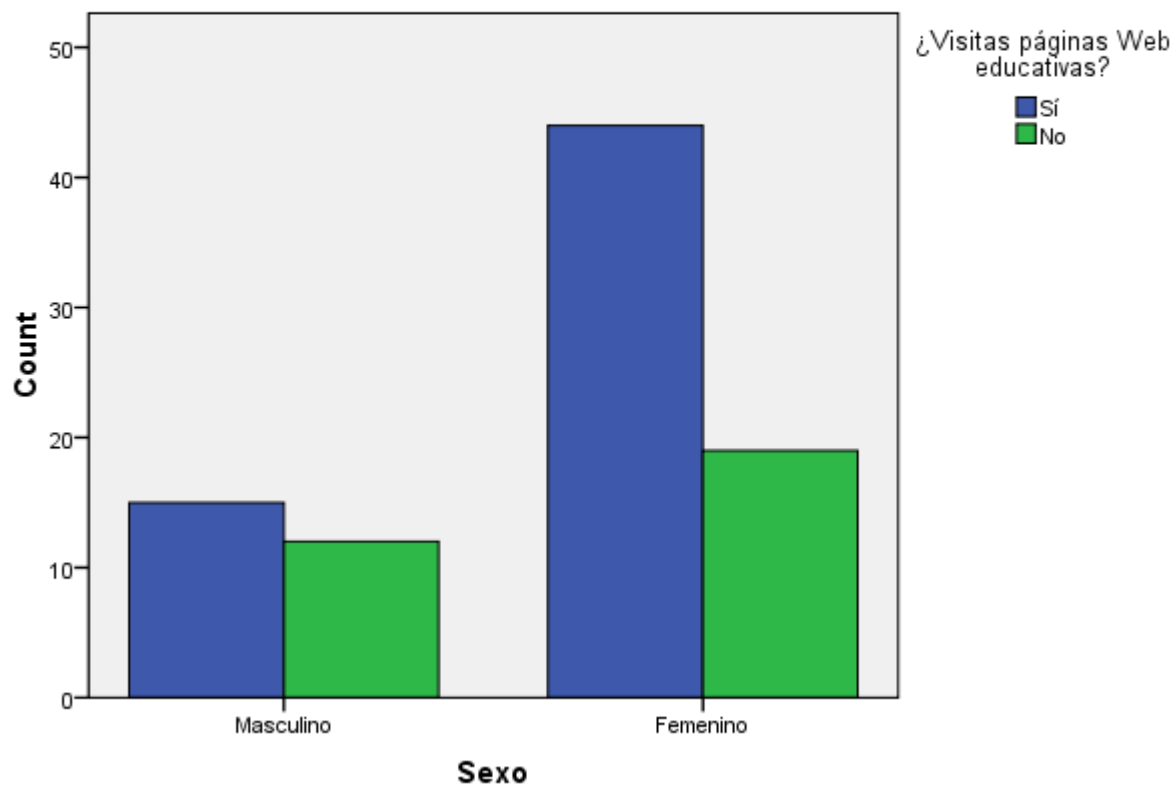
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,136	,191
	N of Valid Cases	90	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Visitas redes sociales?

Crosstab

		¿Visitas redes sociales?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	25	2	27
	Femenino	59	4	63
	Total	84	6	90

Chi-Square Tests

ANEXOS J

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,034 ^a	1	,854	1,000	,586
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,033	1	,855		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,034	1	,854		
N of Valid Cases	90				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,80.

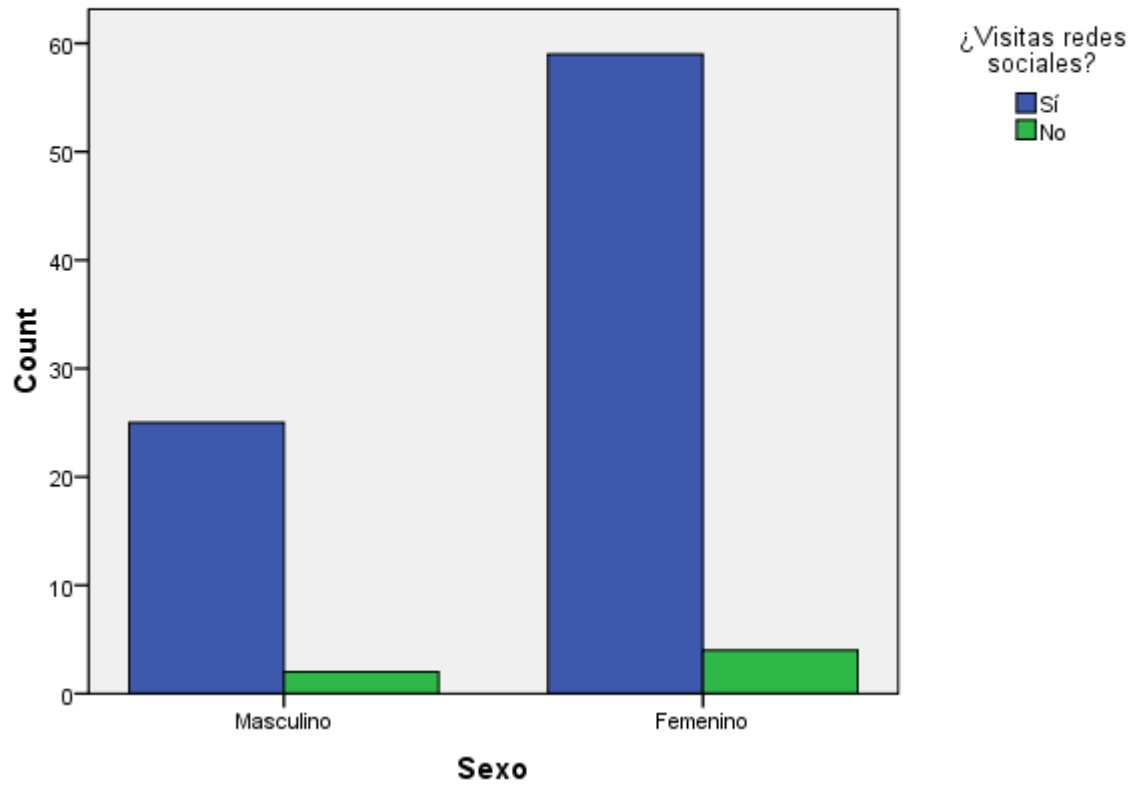
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,019	,854
	N of Valid Cases	90	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Visitas páginas Web culturales?

Crosstab

		¿Visitas páginas Web culturales?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	14	13	27
	Femenino	41	22	63
	Total	55	35	90

Chi-Square Tests

ANEXOS J

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,391 ^a	1	,238		
Continuity Correction ^b	,891	1	,345		
Likelihood Ratio	1,376	1	,241		
Fisher's Exact Test				,250	,173
Linear-by-Linear Association	1,376	1	,241		
N of Valid Cases	90				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10,50.

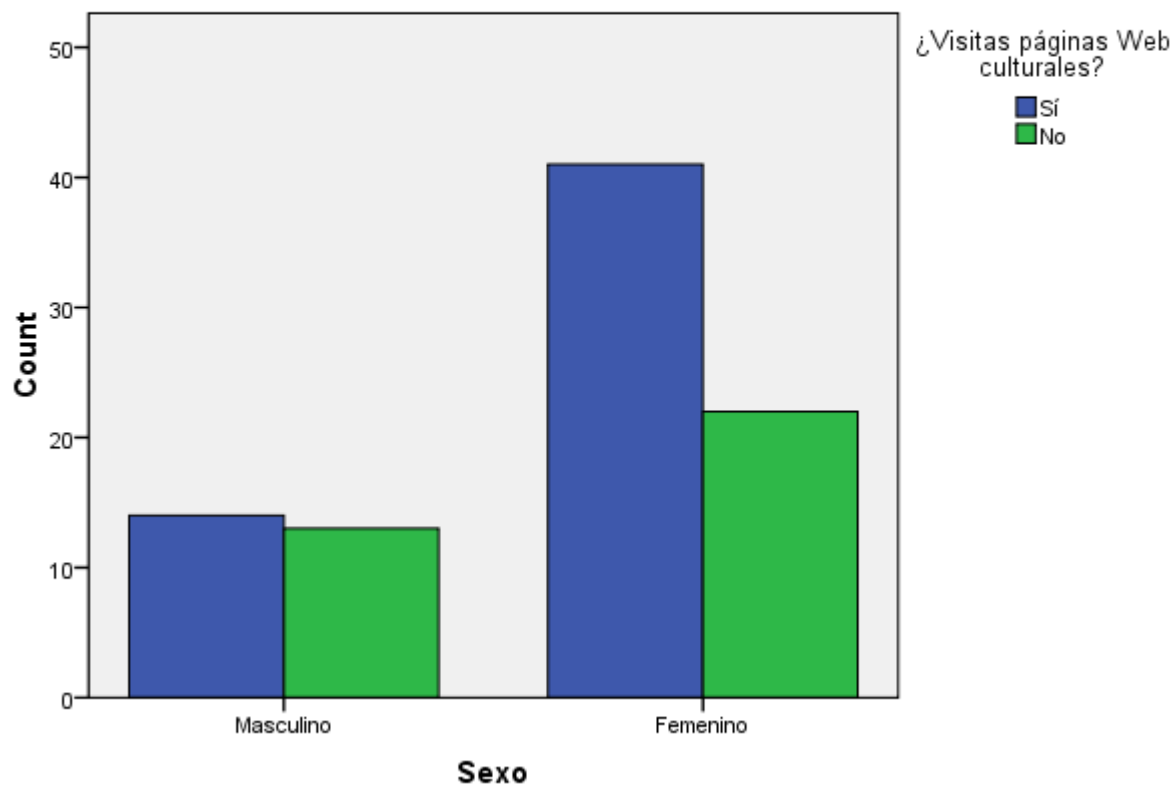
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,123	,238
	N of Valid Cases	90	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Visitas páginas Web corporativas?

Crosstab

		¿Visitas páginas Web corporativas?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	5	22	27
	Femenino	17	46	63
	Total	22	68	90

ANEXOS J

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,733 ^a	1	,392	,437	,283
Continuity Correction ^b	,347	1	,556		
Likelihood Ratio	,761	1	,383		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,725	1	,394		
N of Valid Cases	90				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,60.

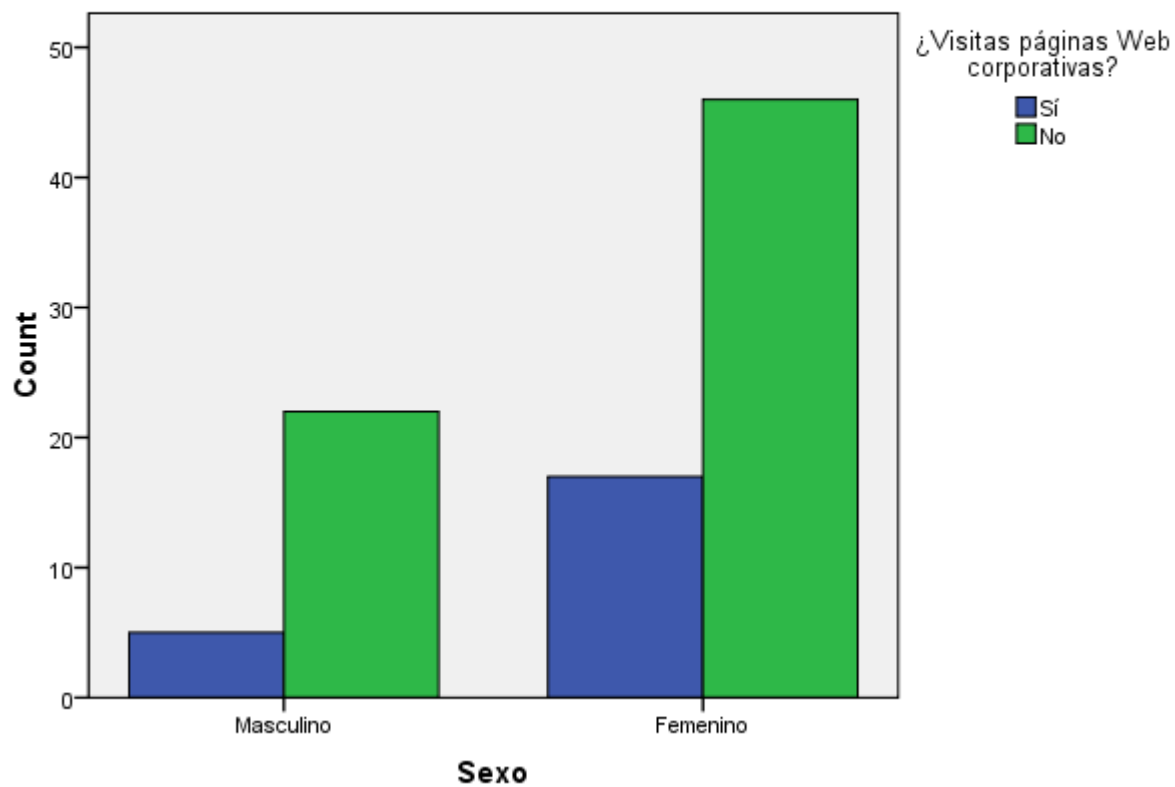
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,090	,392
	N of Valid Cases	90	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Alguna vez has leído una revista digital?

Crosstab

		¿Alguna vez has leído una revista digital?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	19	8	27
	Femenino	41	22	63
	Total	60	30	90

ANEXOS J

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,238 ^a	1	,626	,808	,408
Continuity Correction ^b	,060	1	,807		
Likelihood Ratio	,241	1	,624		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,235	1	,628		
N of Valid Cases	90				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,00.

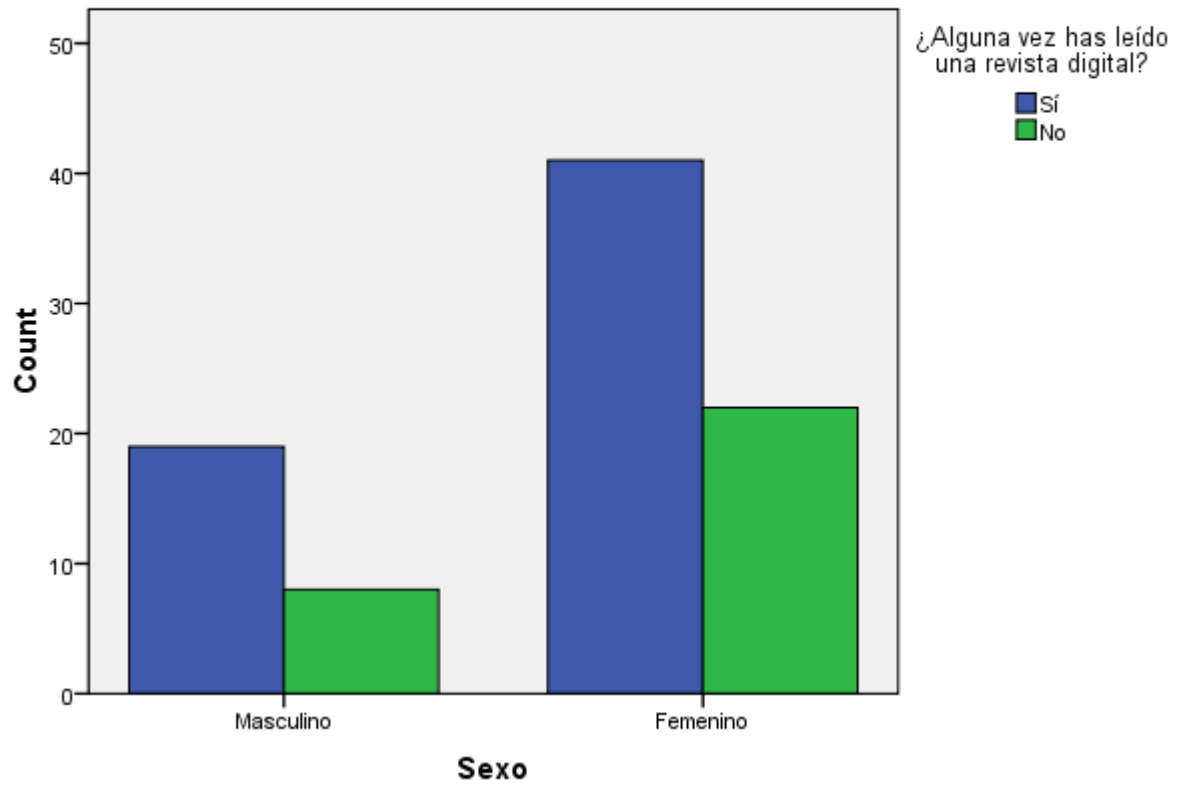
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,051	,626
	N of Valid Cases	90	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

Crosstab

Count

		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?			Total
		0	Sí	No	
Sexo	Masculino	1	8	15	24
	Femenino	0	34	21	55
	Total	1	42	36	79

ANEXOS J

Chi-Square Tests

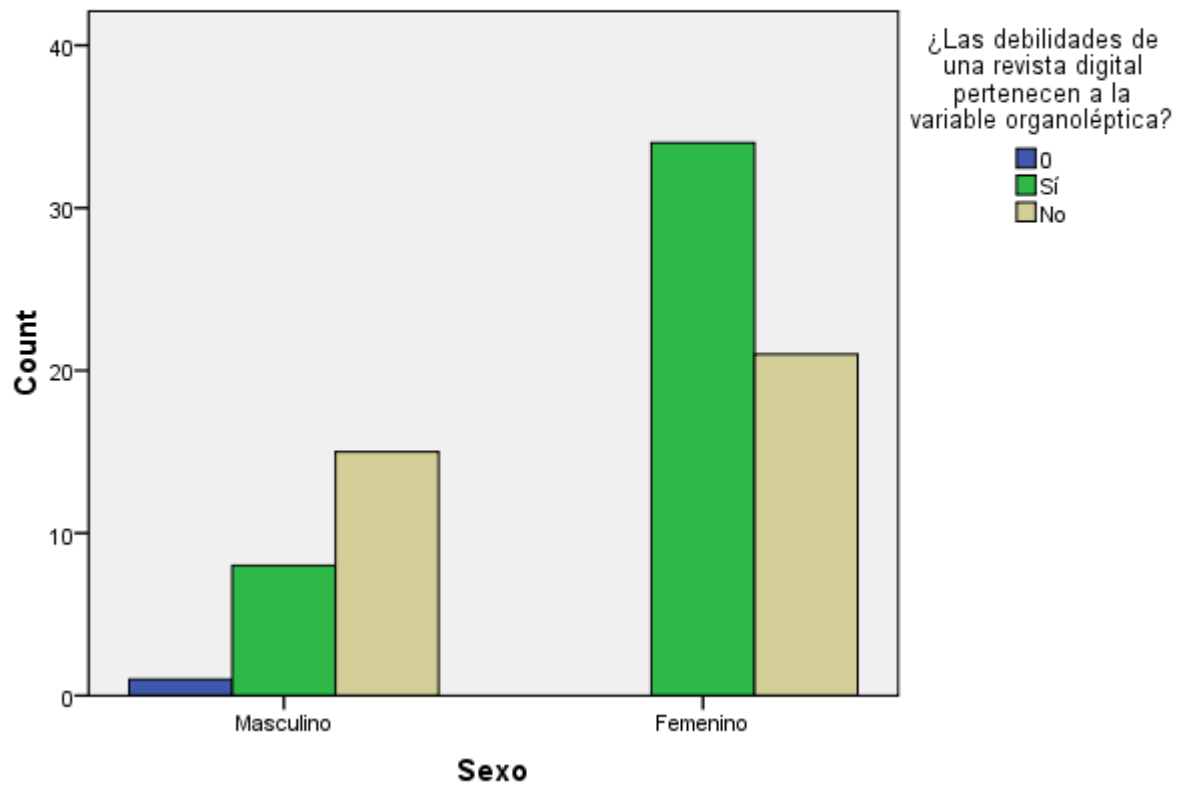
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,010 ^a	2	,030
Likelihood Ratio	7,217	2	,027
Linear-by-Linear Association	2,462	1	,117
N of Valid Cases	79		

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,30.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,285	,030
	N of Valid Cases	79	

Bar Chart



ANEXOS J

Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

Crosstab

Count

		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?		
		Sí	No	Total
Sexo	Masculino	16	8	24
	Femenino	23	32	55
	Total	39	40	79

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	4,127 ^a	1	,042	,053	,036
Continuity Correction ^b	3,193	1	,074		
Likelihood Ratio	4,185	1	,041		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	4,075	1	,044		
N of Valid Cases	79				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,85.

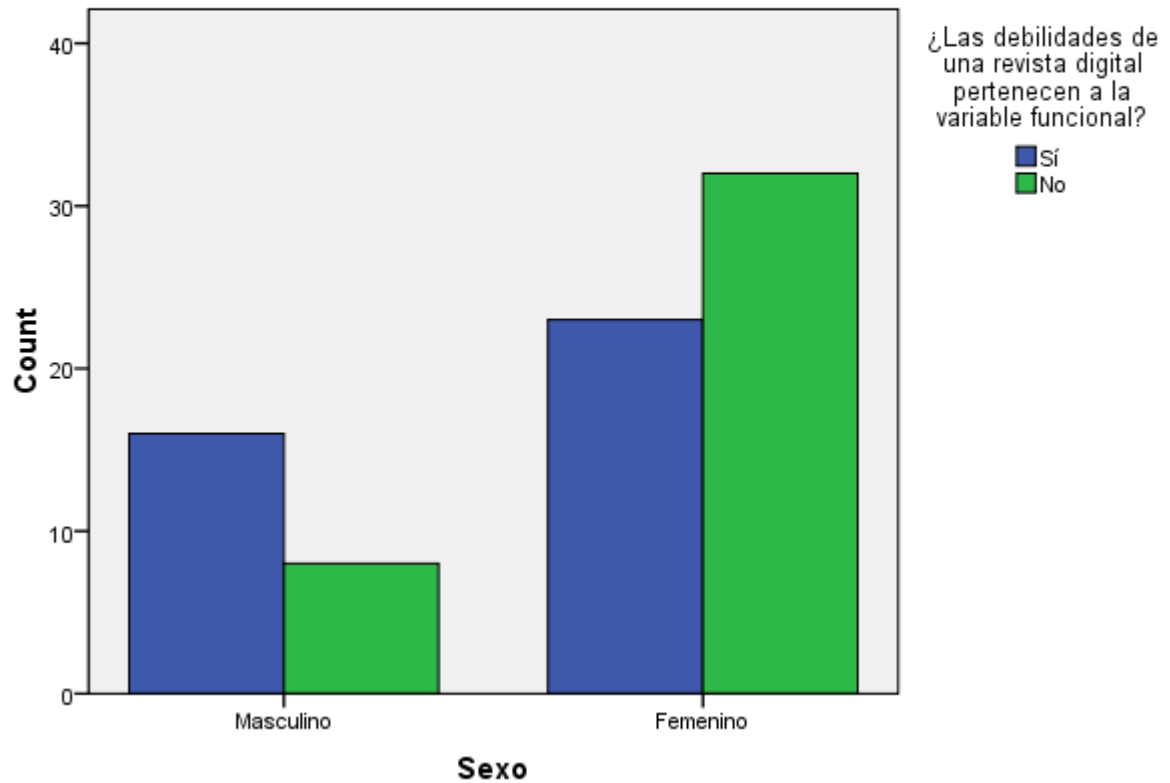
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,223	,042
	N of Valid Cases	79	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

Crosstab

Count

		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?			Total
		0	Sí	No	
Sexo	Masculino	1	0	23	24
	Femenino	0	5	50	55
	Total	1	5	73	79

ANEXOS J

Chi-Square Tests

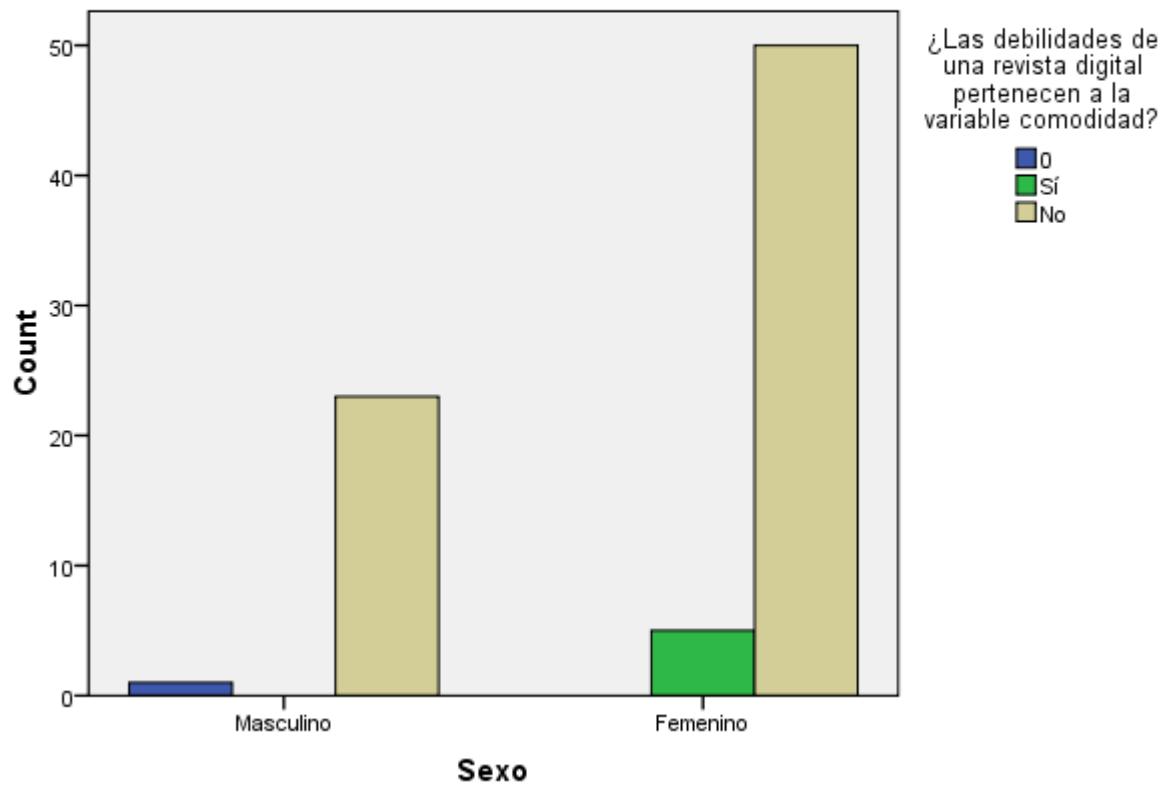
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,517 ^a	2	,104
Likelihood Ratio	6,047	2	,049
Linear-by-Linear Association	,009	1	,925
N of Valid Cases	79		

a. 4 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,30.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,233	,104
	N of Valid Cases	79	

Bar Chart



ANEXOS J

Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

Crosstab

Count

		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?		
		Sí	No	Total
Sexo	Masculino	0	25	25
	Femenino	1	60	61
	Total	1	85	86

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,415 ^a	1	,520	1,000	,709
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,692	1	,406		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,410	1	,522		
N of Valid Cases	86				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,29.

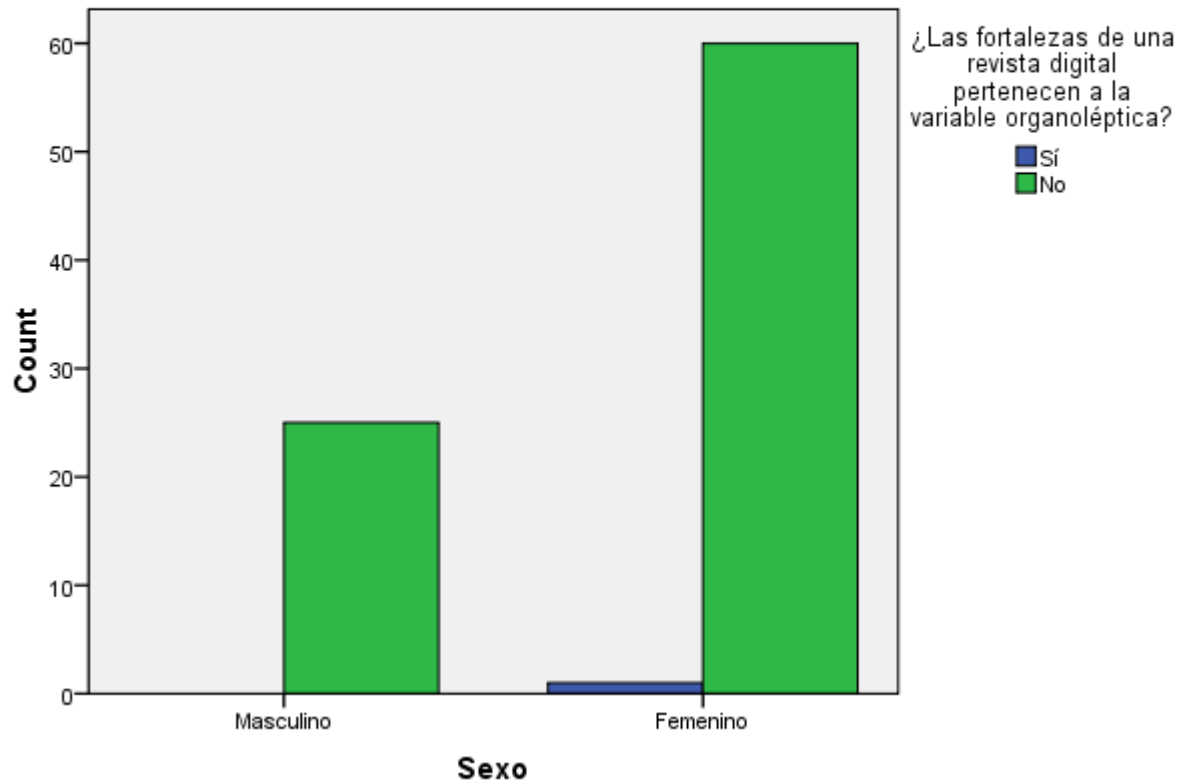
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,069	,520
N of Valid Cases		86	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

Crosstab

Count

		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	16	10	26
	Femenino	34	27	61
	Total	50	37	87

ANEXOS J

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,251 ^a	1	,616	,644	,398
Continuity Correction ^b	,070	1	,792		
Likelihood Ratio	,252	1	,615		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,248	1	,618		
N of Valid Cases	87				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,06.

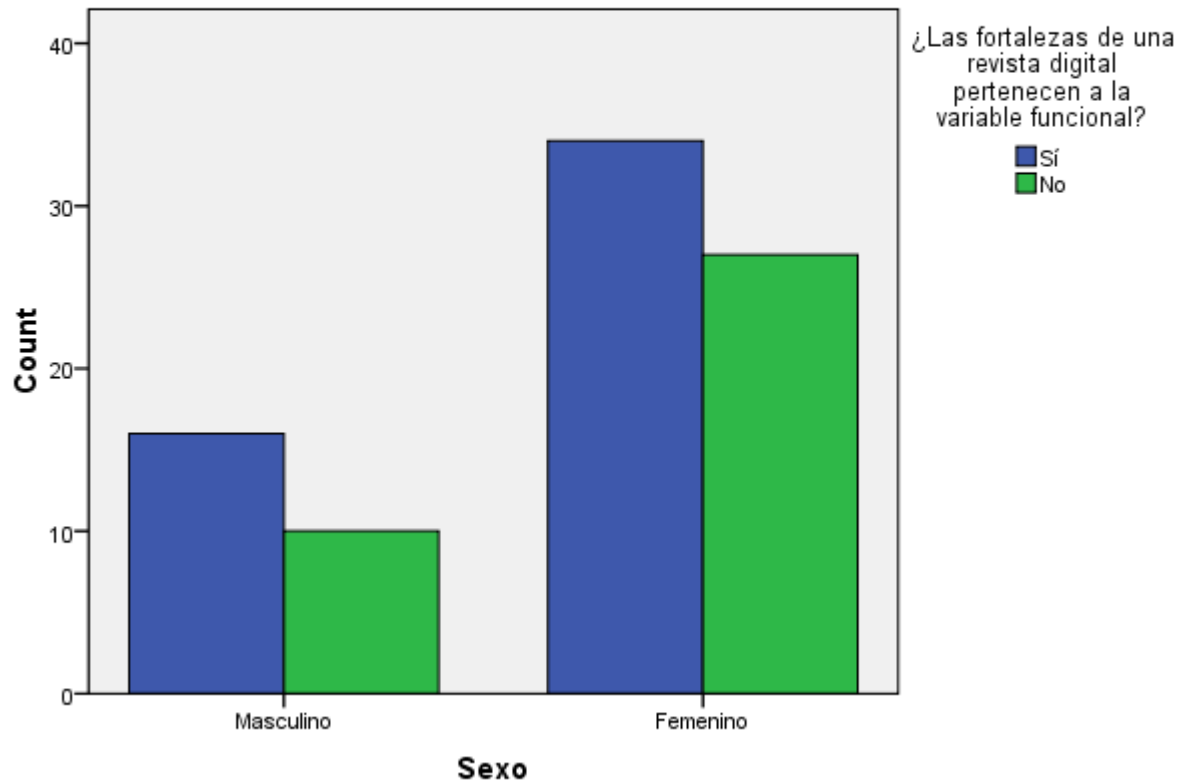
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,054	,616
	N of Valid Cases	87	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

Crosstab

Count

		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	16	9	25
	Femenino	34	27	61
	Total	50	36	86

ANEXOS J

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,497 ^a	1	,481	,631	,323
Continuity Correction ^b	,216	1	,642		
Likelihood Ratio	,502	1	,479		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,492	1	,483		
N of Valid Cases	86				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10,47.

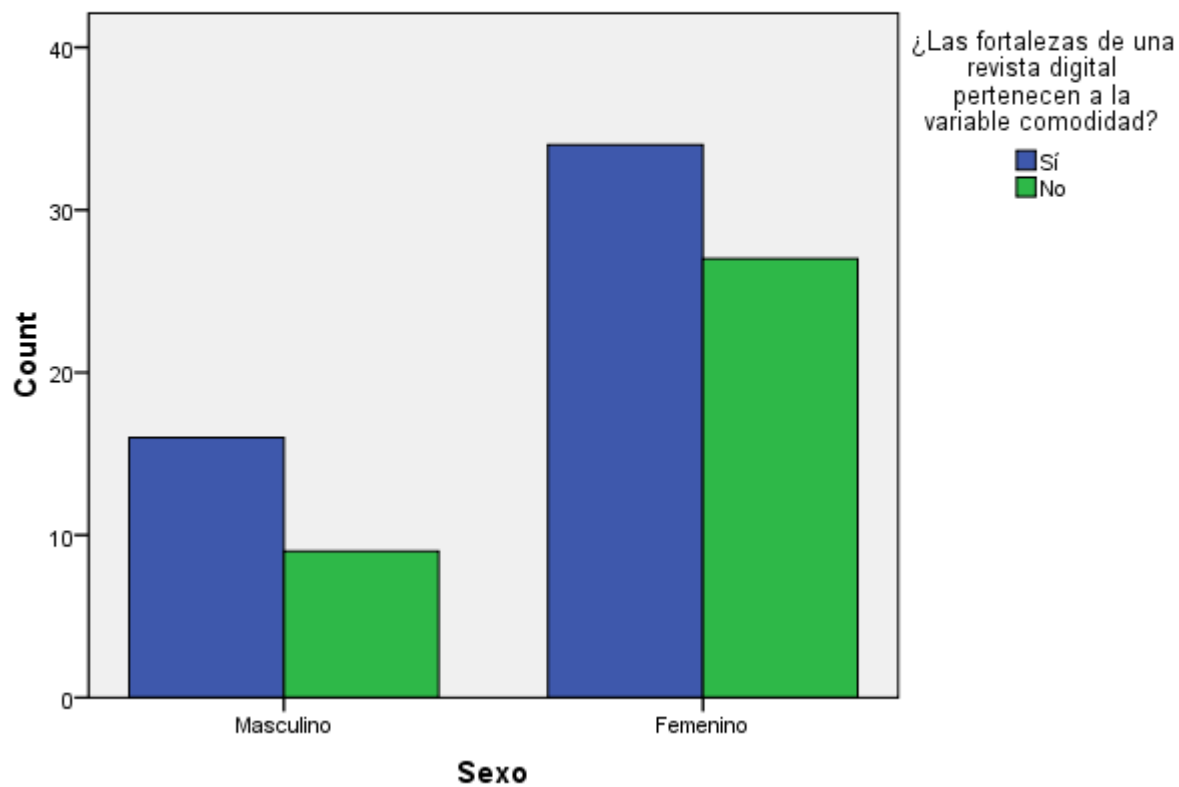
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,076	,481
	N of Valid Cases	86	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Conoces el término Underground?

Crosstab

		¿Conoces el término Underground?		
		Sí	No	Total
Sexo	Masculino	19	8	27
	Femenino	32	31	63
	Total	51	39	90

ANEXOS J

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,950 ^a	1	,086	,107	,068
Continuity Correction ^b	2,206	1	,137		
Likelihood Ratio	3,026	1	,082		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	2,917	1	,088		
N of Valid Cases	90				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,70.

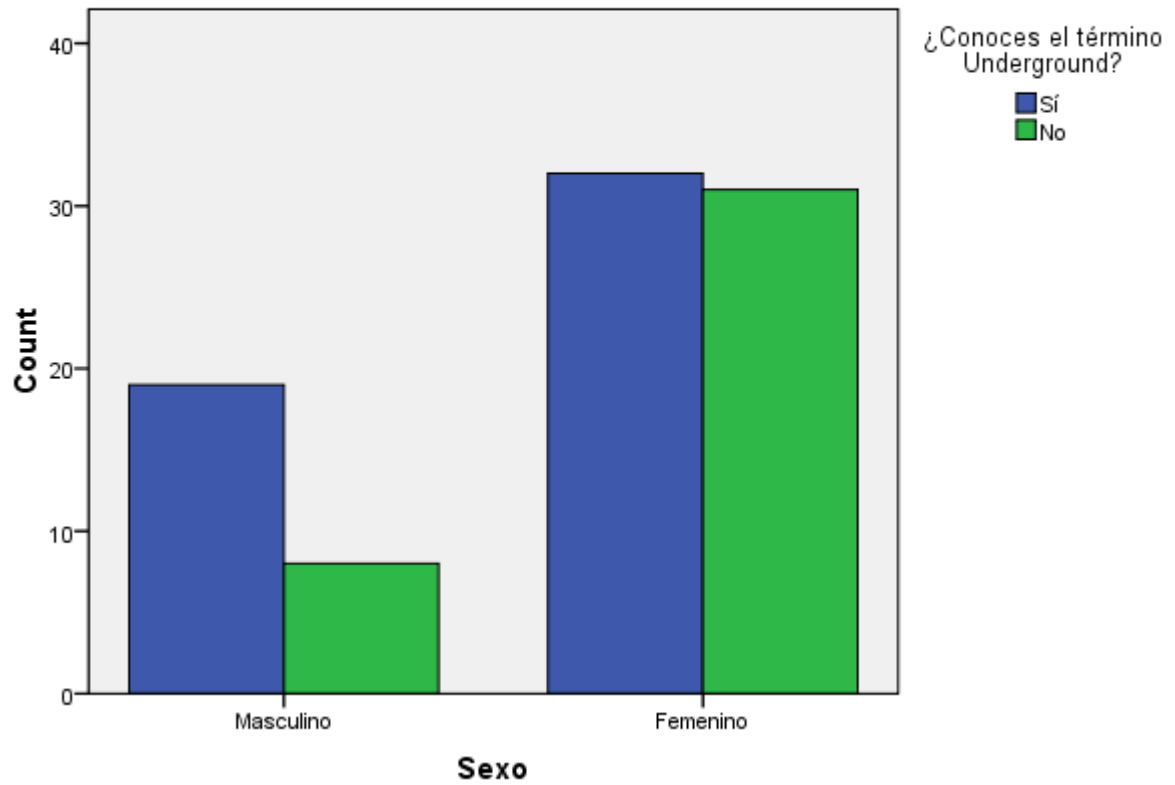
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,178	,086
	N of Valid Cases	90	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Te identificas con este estilo?

Crosstab

		¿Te identificas con este estilo?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	6	21	27
	Femenino	20	43	63
	Total	26	64	90

Chi-Square Tests

ANEXOS J

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,834 ^a	1	,361	,451	,258
Continuity Correction ^b	,435	1	,509		
Likelihood Ratio	,861	1	,353		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,825	1	,364		
N of Valid Cases	90				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,80.

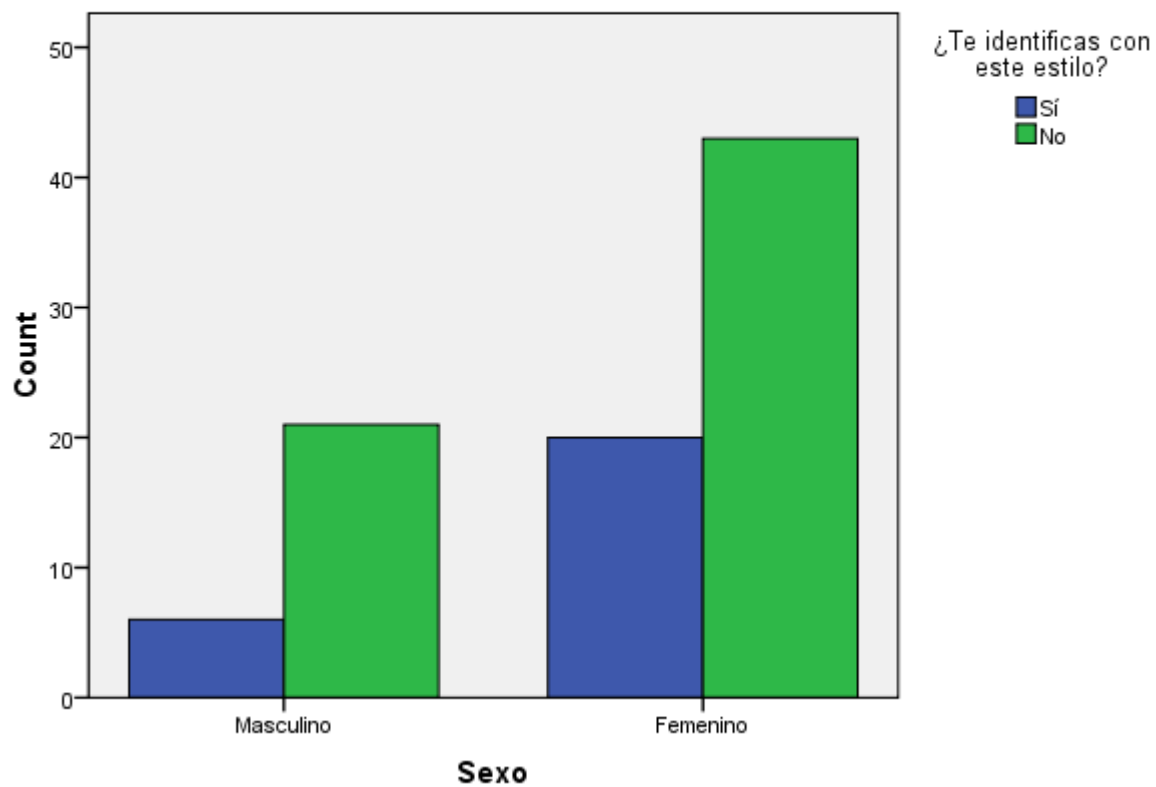
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,096	,361
	N of Valid Cases	90	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

Crosstab

		¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	14	13	27
	Femenino	44	19	63
	Total	58	32	90

ANEXOS J

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,669 ^a	1	,102	,149	,083
Continuity Correction ^b	1,942	1	,163		
Likelihood Ratio	2,617	1	,106		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	2,640	1	,104		
N of Valid Cases	90				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,60.

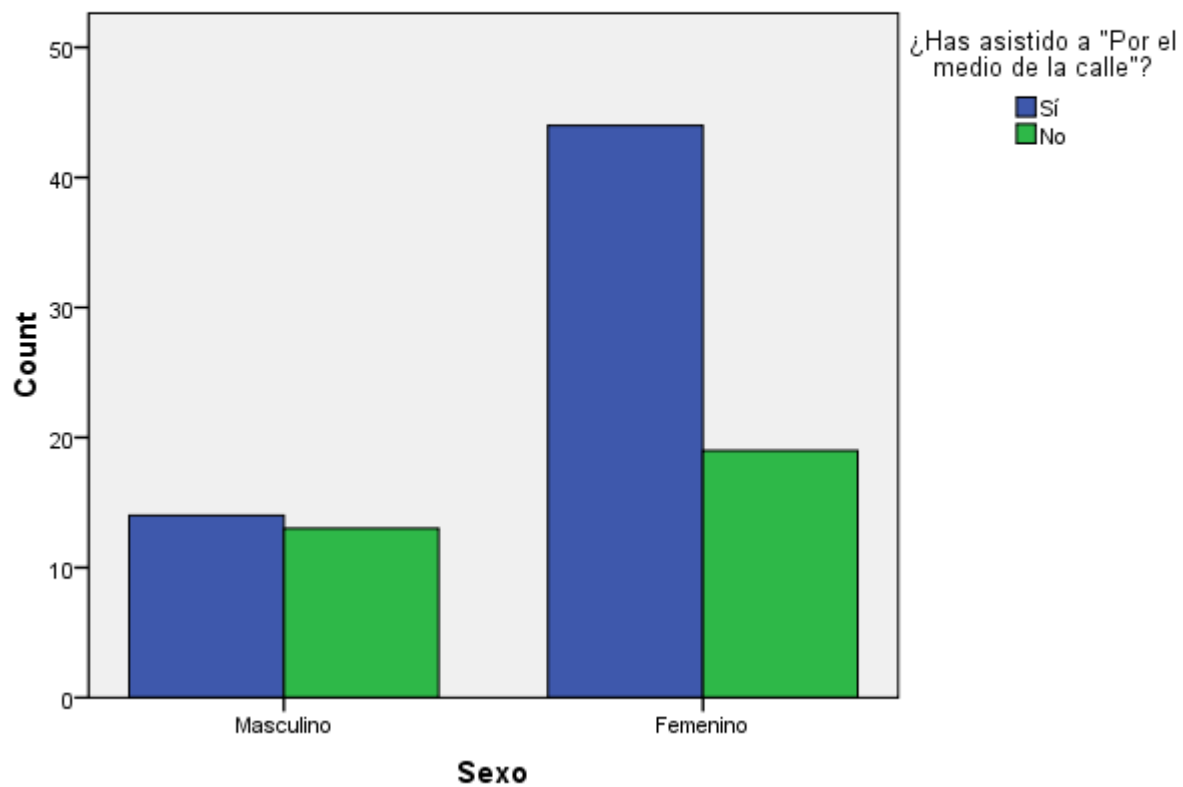
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,170	,102
	N of Valid Cases	90	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

Crosstab

		¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	13	14	27
	Femenino	29	34	63
	Total	42	48	90

ANEXOS J

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,034 ^a	1	,854	1,000	,518
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,034	1	,854		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,034	1	,854		
N of Valid Cases	90				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 12,60.

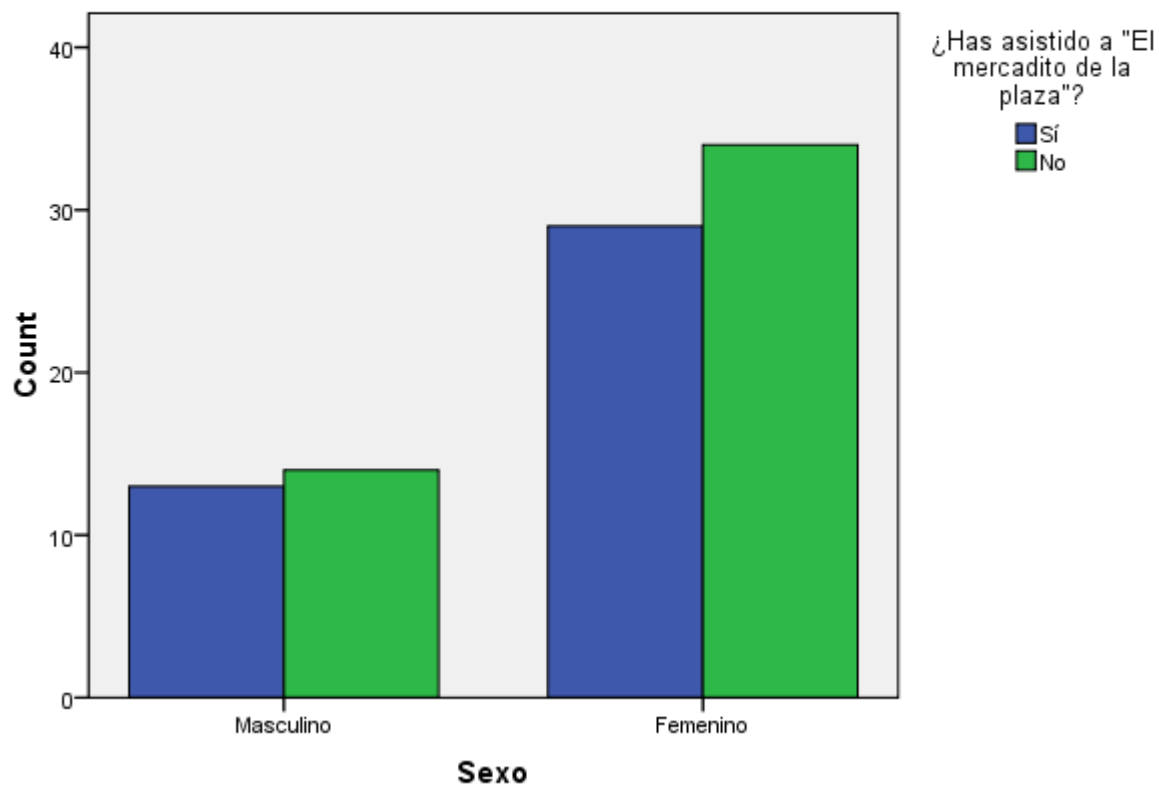
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,019	,854
	N of Valid Cases	90	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?

Crosstab

		¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	11	16	27
	Femenino	30	33	63
	Total	41	49	90

ANEXOS J

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,361 ^a	1	,548	,646	,357
Continuity Correction ^b	,137	1	,712		
Likelihood Ratio	,362	1	,547		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,357	1	,550		
N of Valid Cases	90				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 12,30.

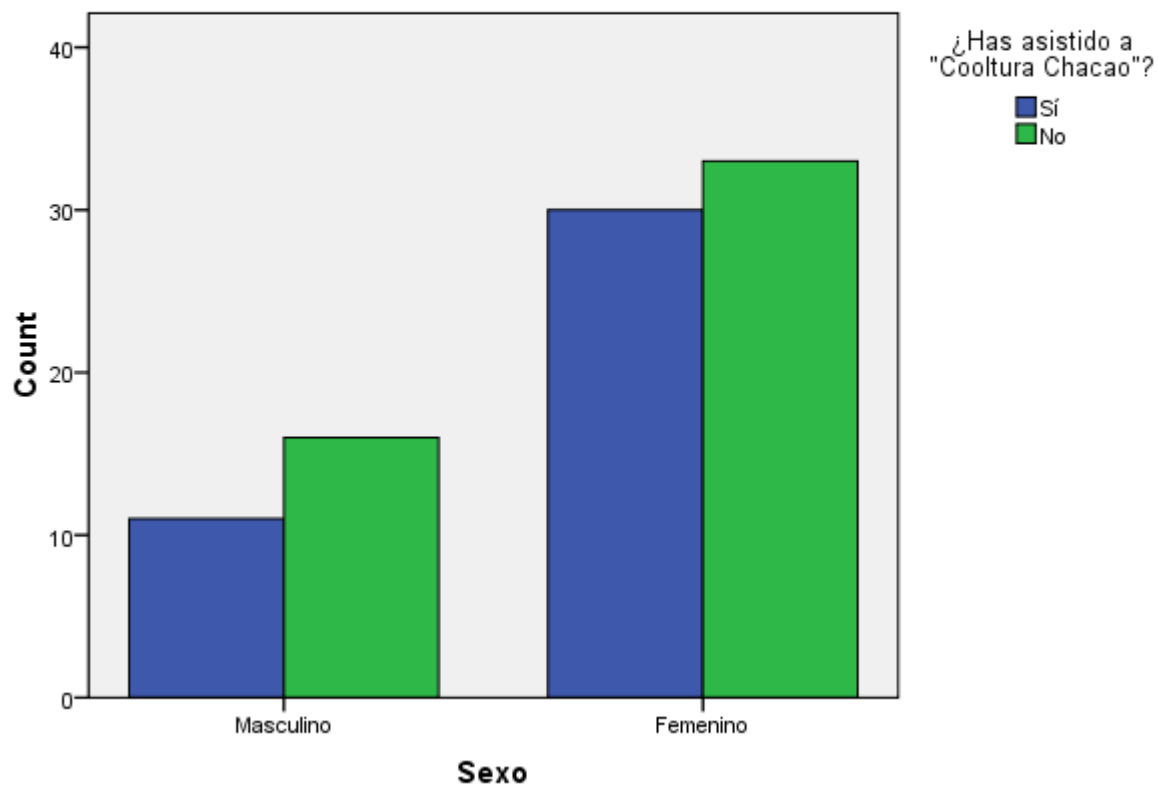
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,063	,548
	N of Valid Cases	90	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

Crosstab

		¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	2	25	27
	Femenino	13	50	63
	Total	15	75	90

ANEXOS J

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,381 ^a	1	,123	,215	,105
Continuity Correction ^b	1,524	1	,217		
Likelihood Ratio	2,698	1	,100		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	2,354	1	,125		
N of Valid Cases	90				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,50.

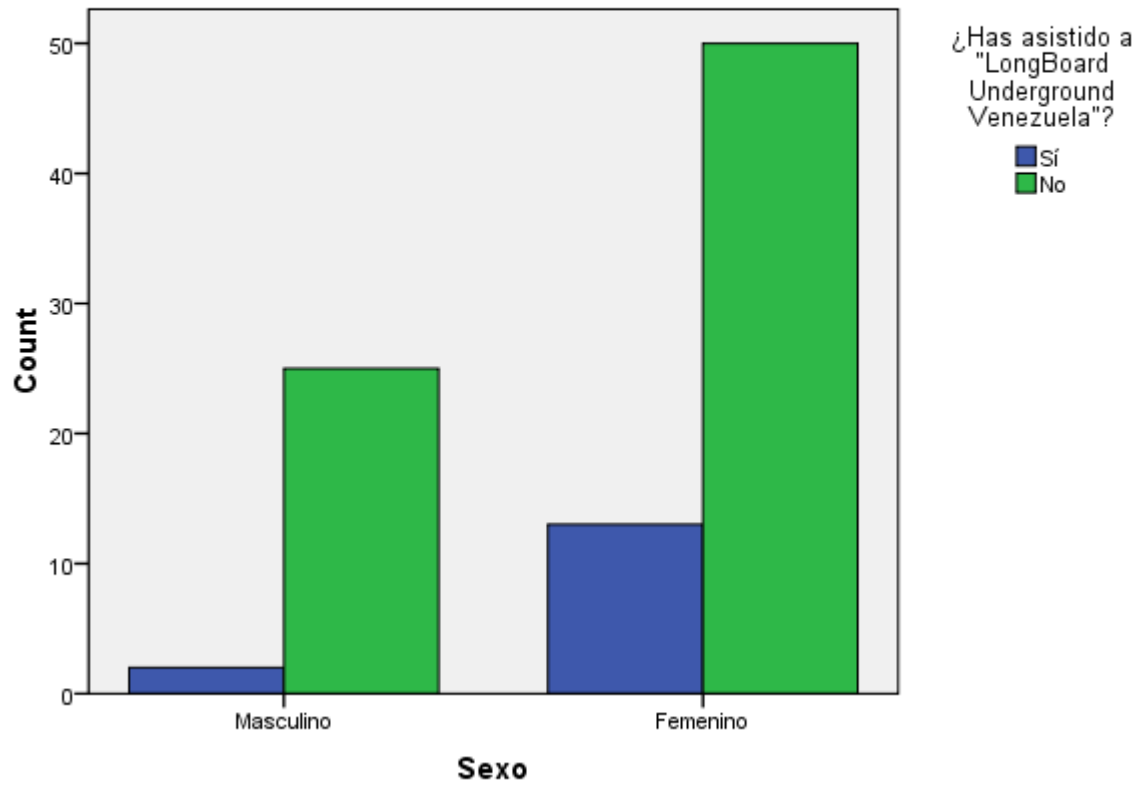
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,161	,123
	N of Valid Cases	90	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿No has asistido a ninguno?

Crosstab

		¿No has asistido a ninguno?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	7	20	27
	Femenino	16	47	63
	Total	23	67	90

Chi-Square Tests

ANEXOS J

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,003 ^a	1	,958	1,000	,577
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,003	1	,958		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,003	1	,958		
N of Valid Cases	90				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,90.

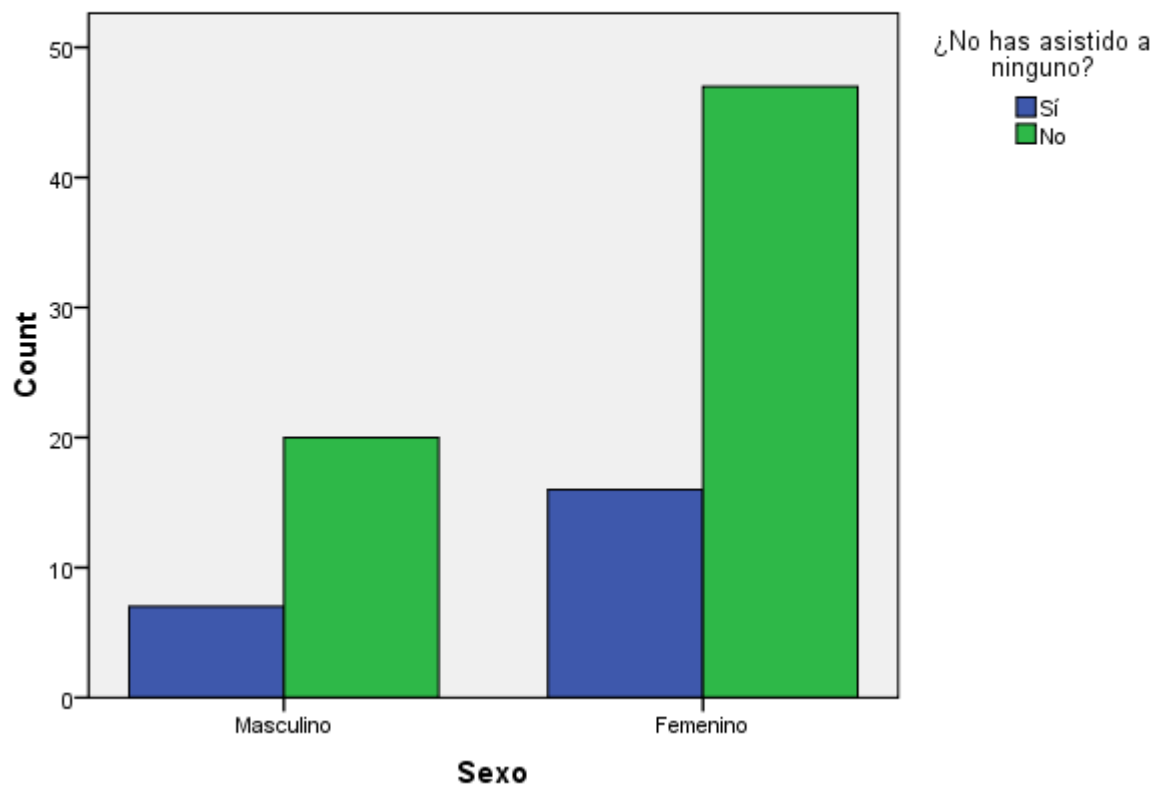
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,006	,958
	N of Valid Cases	90	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Leerías una revista digital de corte underground?

Crosstab

		¿Leerías una revista digital de corte underground?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	21	6	27
	Femenino	56	7	63
	Total	77	13	90

ANEXOS J

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,888 ^a	1	,169	,198	,148
Continuity Correction ^b	1,096	1	,295		
Likelihood Ratio	1,774	1	,183		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	1,867	1	,172		
N of Valid Cases	90				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,90.

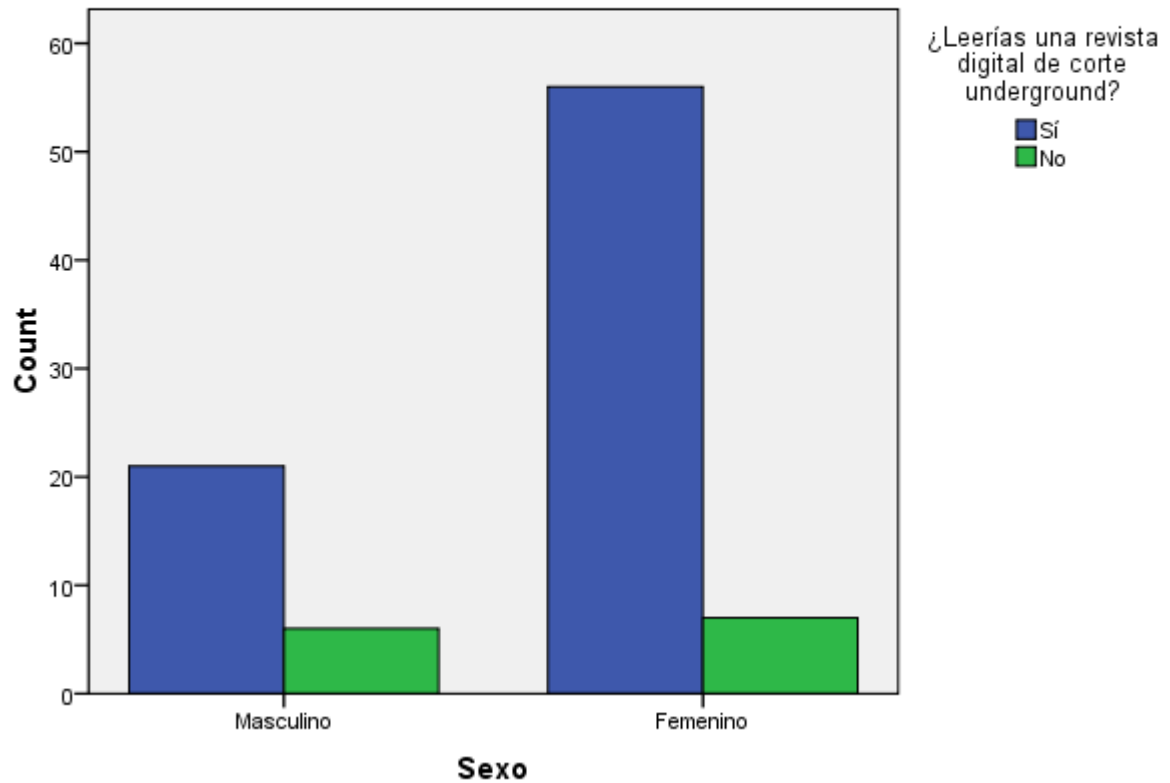
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,143	,169
	N of Valid Cases	90	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	17	4	21
	Femenino	54	2	56
	Total	71	6	77

ANEXOS J

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	5,091 ^a	1	,024	,044	,044
Continuity Correction ^b	3,165	1	,075		
Likelihood Ratio	4,438	1	,035		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	5,025	1	,025		
N of Valid Cases	77				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,64.

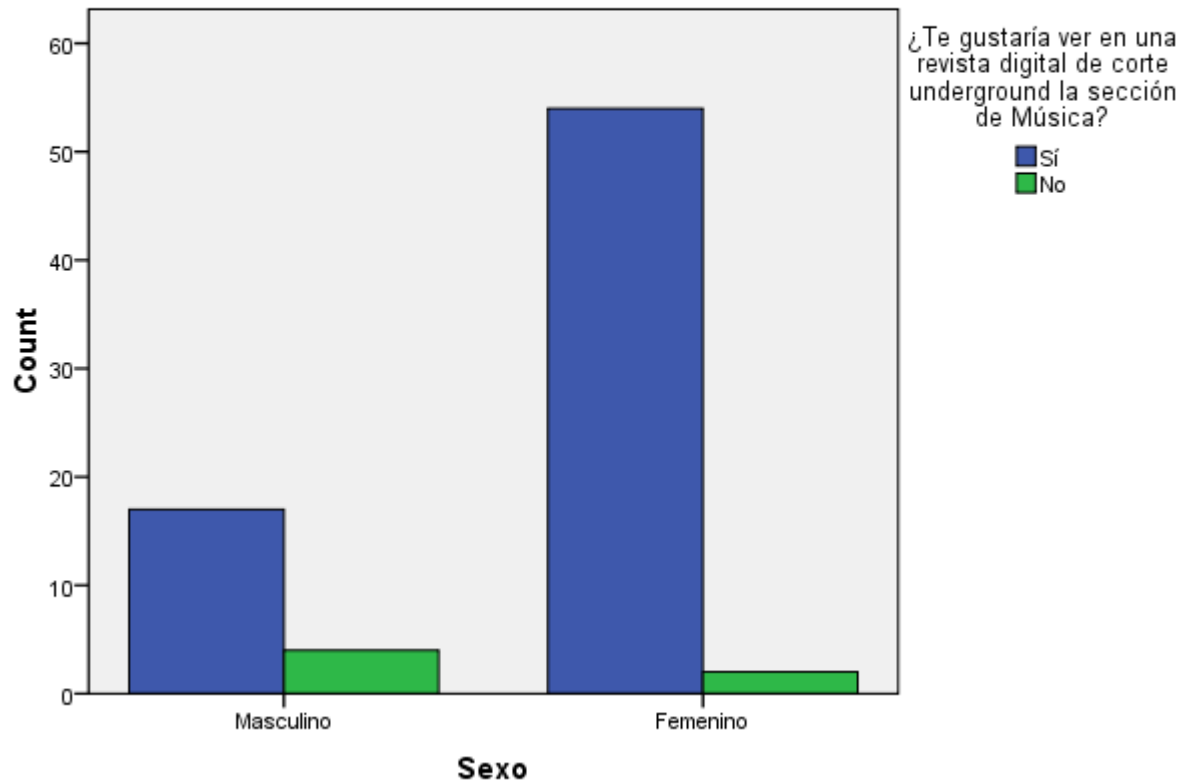
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,249	,024
	N of Valid Cases	77	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	17	4	21
	Femenino	49	7	56
	Total	66	11	77

ANEXOS J

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,535 ^a	1	,465	,479	,345
Continuity Correction ^b	,134	1	,715		
Likelihood Ratio	,509	1	,475		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,528	1	,468		
N of Valid Cases	77				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,00.

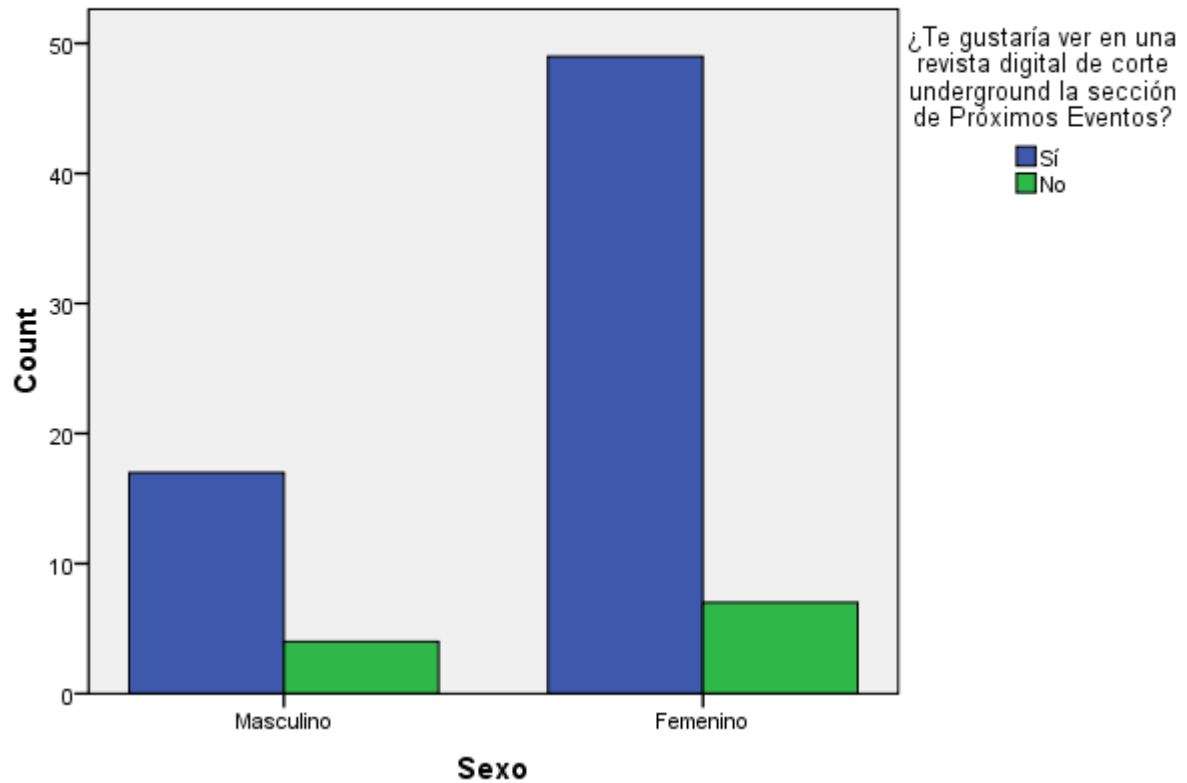
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,083	,465
	N of Valid Cases	77	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?			Total
		0	Sí	No	
Sexo	Masculino	0	13	8	21
	Femenino	1	39	16	56
	Total	1	52	24	77

ANEXOS J

Chi-Square Tests

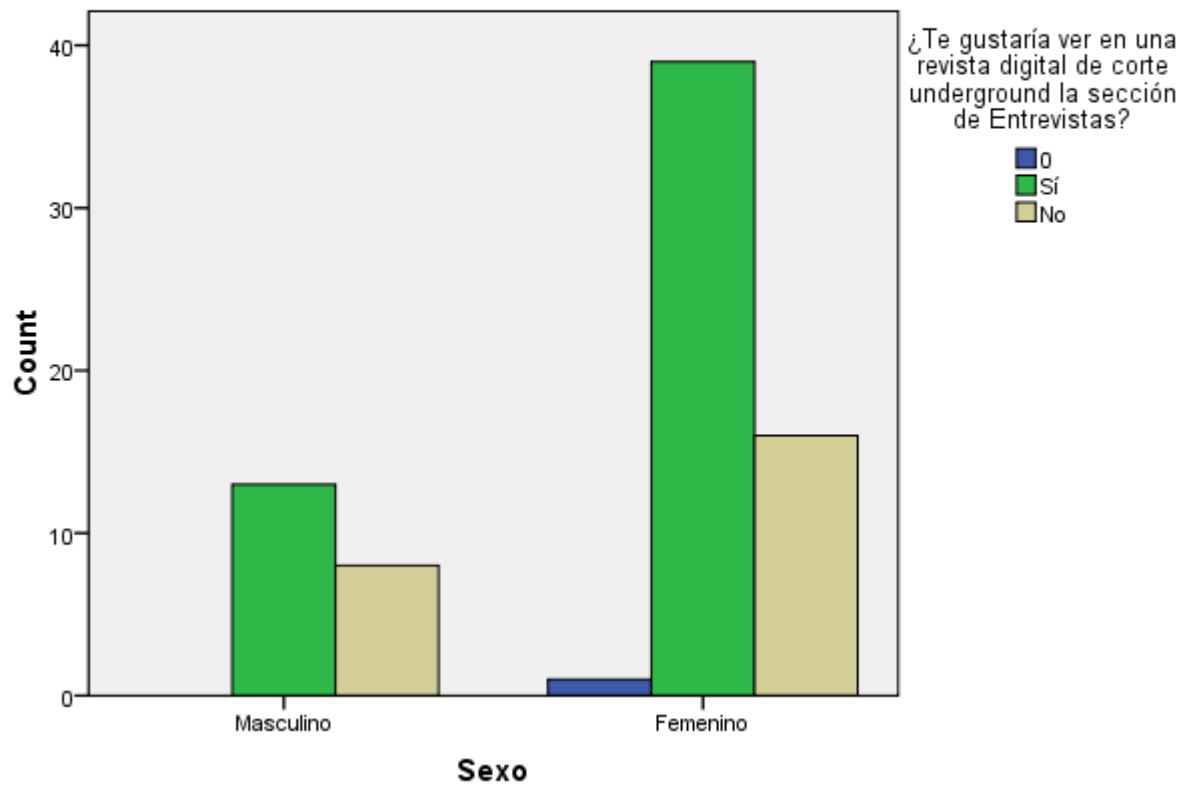
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,955 ^a	2	,620
Likelihood Ratio	1,201	2	,548
Linear-by-Linear Association	,819	1	,366
N of Valid Cases	77		

a. 2 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,27.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,111	,620
	N of Valid Cases	77	

Bar Chart



ANEXOS J

Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?		
		Sí	No	Total
Sexo	Masculino	14	7	21
	Femenino	47	9	56
	Total	61	16	77

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,765 ^a	1	,096	,120	,092
Continuity Correction ^b	1,815	1	,178		
Likelihood Ratio	2,588	1	,108		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	2,729	1	,099		
N of Valid Cases	77				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,36.

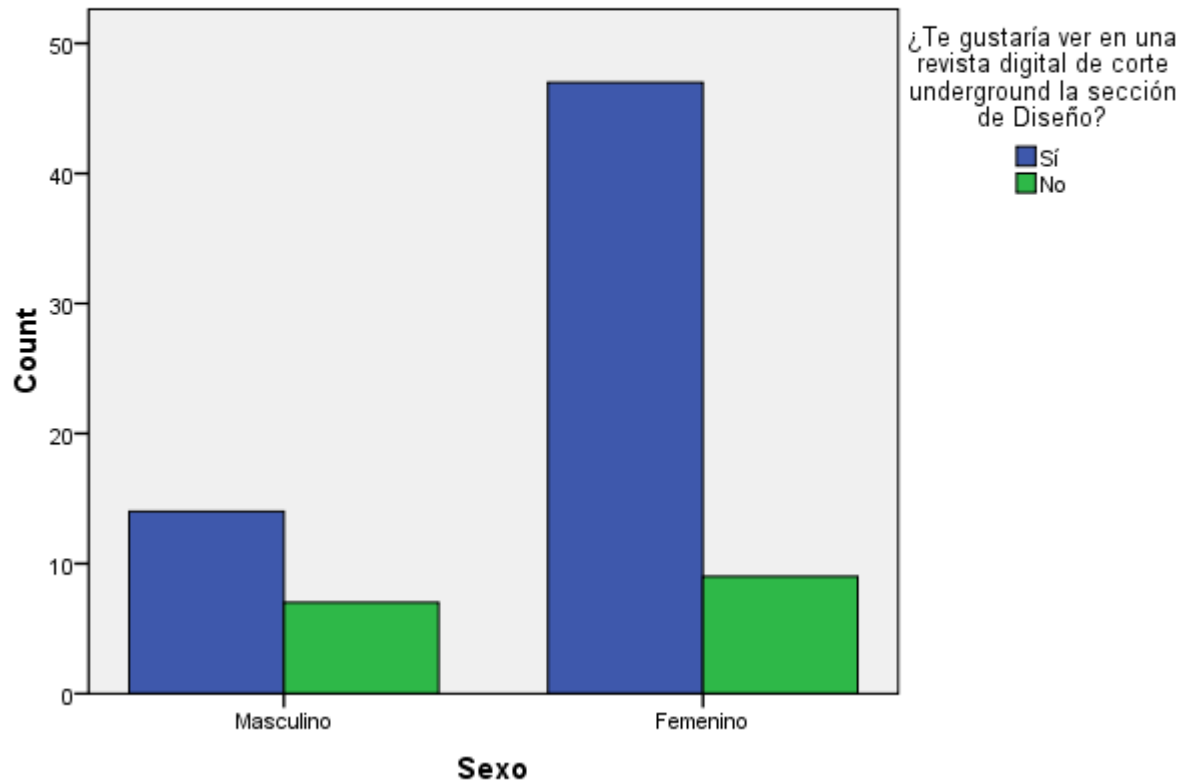
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,186	,096
N of Valid Cases		77	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	6	15	21
	Femenino	37	19	56
	Total	43	34	77

ANEXOS J

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	8,710 ^a	1	,003	,004	,003
Continuity Correction ^b	7,256	1	,007		
Likelihood Ratio	8,820	1	,003		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	8,597	1	,003		
N of Valid Cases	77				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,27.

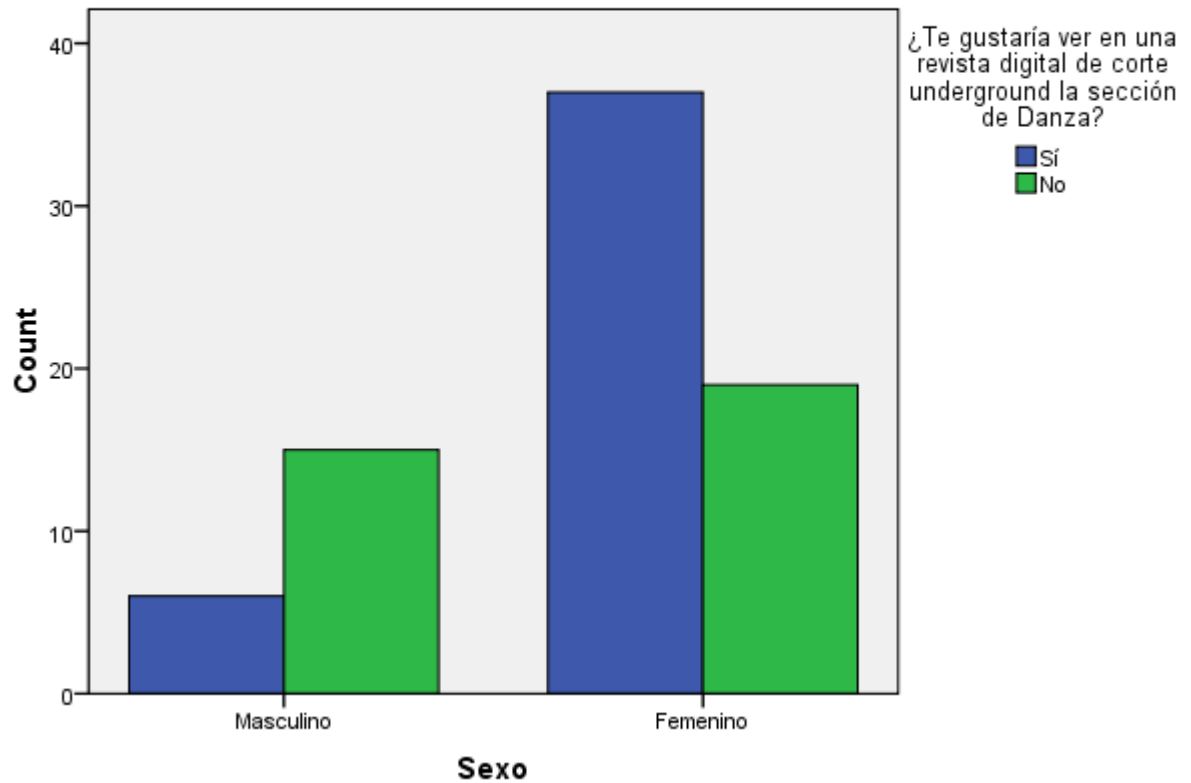
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,319	,003
	N of Valid Cases	77	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	7	14	21
	Femenino	34	22	56
	Total	41	36	77

ANEXOS J

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	4,599 ^a	1	,032	,042	,029
Continuity Correction ^b	3,565	1	,059		
Likelihood Ratio	4,645	1	,031		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	4,540	1	,033		
N of Valid Cases	77				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,82.

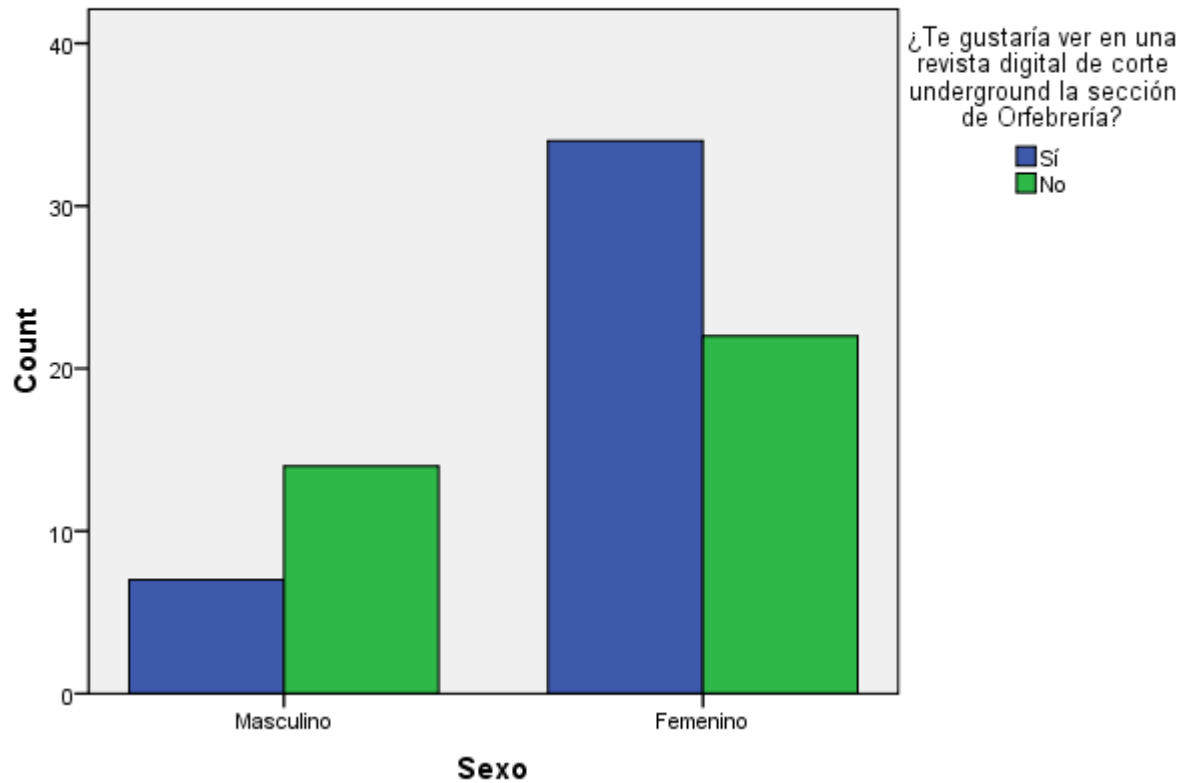
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,237	,032
	N of Valid Cases	77	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	17	4	21
	Femenino	49	7	56
	Total	66	11	77

ANEXOS J

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,535 ^a	1	,465	,479	,345
Continuity Correction ^b	,134	1	,715		
Likelihood Ratio	,509	1	,475		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,528	1	,468		
N of Valid Cases	77				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,00.

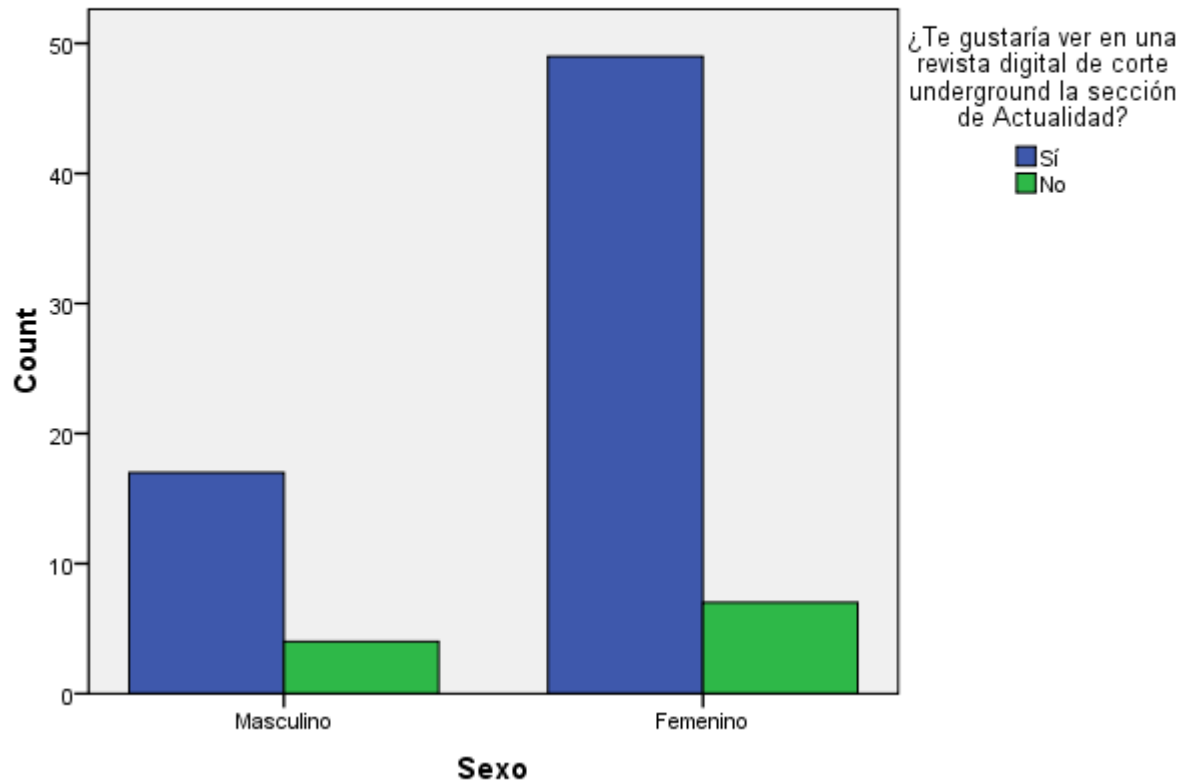
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,083	,465
	N of Valid Cases	77	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	19	2	21
	Femenino	53	3	56
	Total	72	5	77

ANEXOS J

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,437 ^a	1	,509	,610	,416
Continuity Correction ^b	,020	1	,887		
Likelihood Ratio	,406	1	,524		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,431	1	,511		
N of Valid Cases	77				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,36.

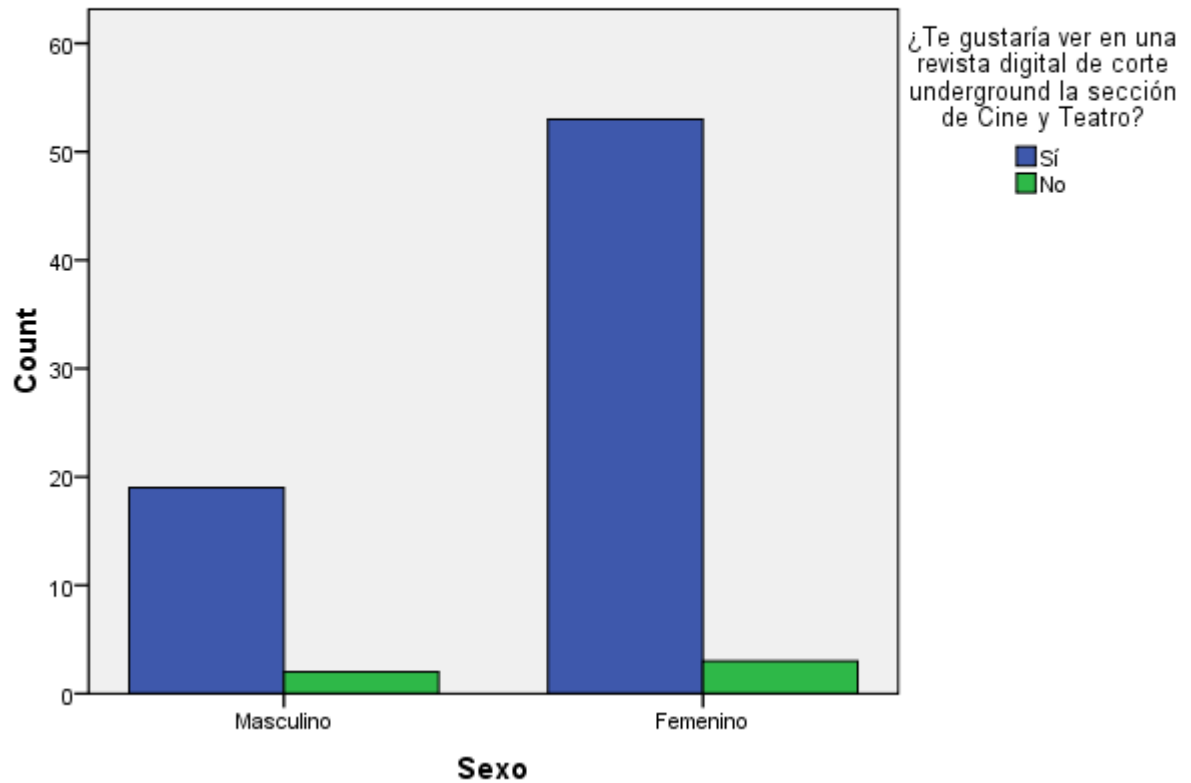
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,075	,509
	N of Valid Cases	77	

ANEXOS J

Bar Chart



Sexo * ¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

Crosstab

		¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?				Total
		Semanal	Quincenal	Mensual	Bimestral	
Sexo	Masculino	3	9	8	1	21
	Femenino	18	18	20	0	56
	Total	21	27	28	1	77

ANEXOS J

Chi-Square Tests

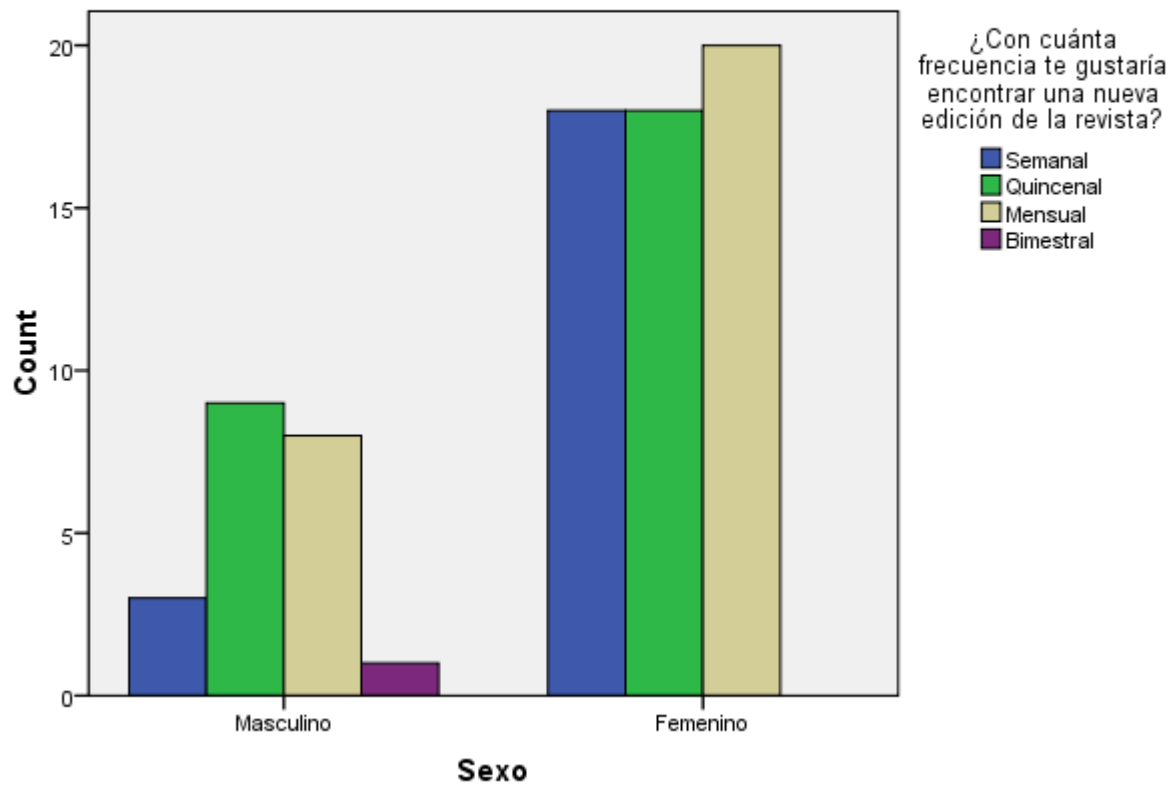
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,976 ^a	3	,174
Likelihood Ratio	5,137	3	,162
Linear-by-Linear Association	1,979	1	,159
N of Valid Cases	77		

a. 2 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,27.

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,246	,174
N of Valid Cases	77	

Bar Chart



ANEXOS J

Sexo * ¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?		
		Sí	No	Total
Sexo	Masculino	17	4	21
	Femenino	49	7	56
	Total	66	11	77

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,535 ^a	1	,465	,479	,345
Continuity Correction ^b	,134	1	,715		
Likelihood Ratio	,509	1	,475		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,528	1	,468		
N of Valid Cases	77				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,00.

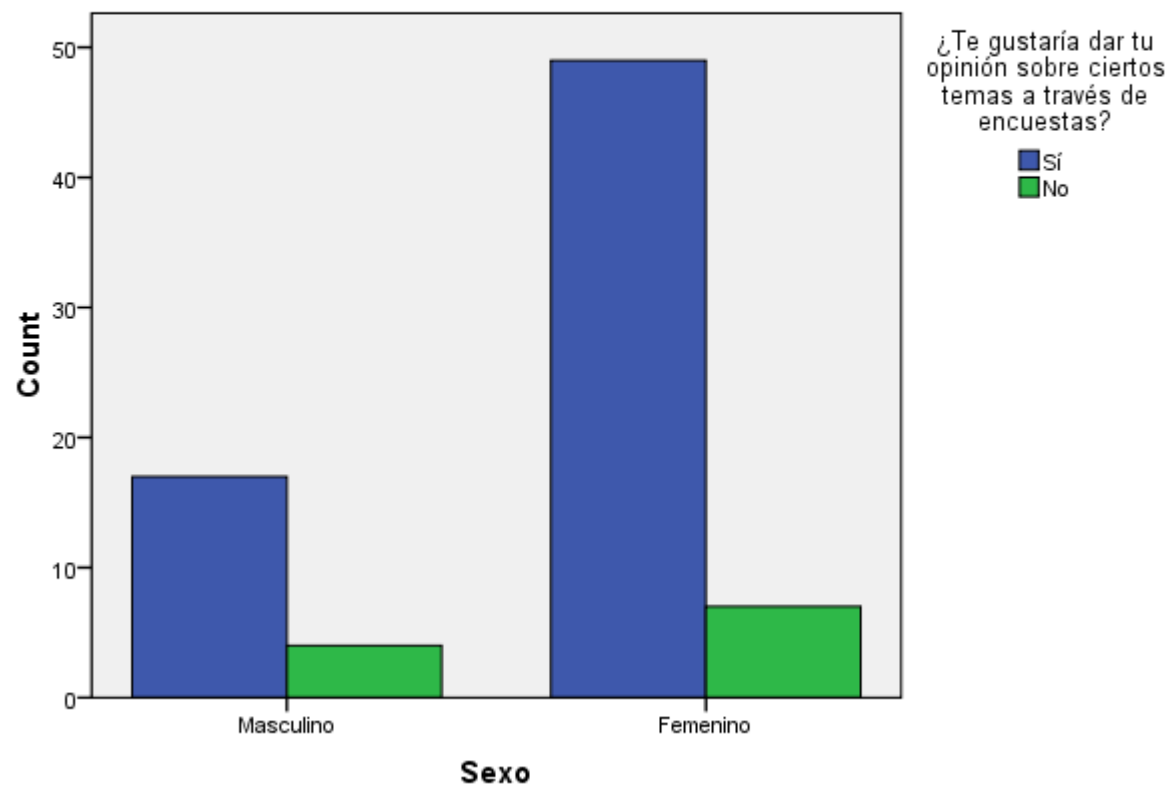
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,083	,465
	N of Valid Cases	77	

ANEXOS J

Bar Chart



ANEXOS K

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Sexo * ¿Qué tipo de revistas prefieres leer?	60	100,0%	0	,0%	60	100,0%
Sexo * ¿Con qué frecuencia utilizas Internet?	60	100,0%	0	,0%	60	100,0%
Sexo * ¿Visitas páginas Web informativas?	60	100,0%	0	,0%	60	100,0%
Sexo * ¿Visitas páginas Web educativas?	60	100,0%	0	,0%	60	100,0%
Sexo * ¿Visitas redes sociales?	60	100,0%	0	,0%	60	100,0%
Sexo * ¿Visitas páginas Web culturales?	60	100,0%	0	,0%	60	100,0%
Sexo * ¿Visitas páginas Web corporativas?	60	100,0%	0	,0%	60	100,0%
Sexo * ¿Alguna vez has leído una revista digital?	60	100,0%	0	,0%	60	100,0%
Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	52	86,7%	8	13,3%	60	100,0%
Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	52	86,7%	8	13,3%	60	100,0%
Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	52	86,7%	8	13,3%	60	100,0%
Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	54	90,0%	6	10,0%	60	100,0%
Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	54	90,0%	6	10,0%	60	100,0%
Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	54	90,0%	6	10,0%	60	100,0%

ANEXOS K

Sexo * ¿Conoces el término Underground?	60	100,0%	0	,0%	60	100,0%
Sexo * ¿Te identificas con este estilo?	60	100,0%	0	,0%	60	100,0%
Sexo * ¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?	60	100,0%	0	,0%	60	100,0%
Sexo * ¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?	60	100,0%	0	,0%	60	100,0%
Sexo * ¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?	60	100,0%	0	,0%	60	100,0%
Sexo * ¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?	60	100,0%	0	,0%	60	100,0%
Sexo * ¿No has asistido a ninguno?	60	100,0%	0	,0%	60	100,0%
Sexo * ¿Leerías una revista digital de corte underground?	60	100,0%	0	,0%	60	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?	46	76,7%	14	23,3%	60	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?	46	76,7%	14	23,3%	60	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?	46	76,7%	14	23,3%	60	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?	46	76,7%	14	23,3%	60	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?	46	76,7%	14	23,3%	60	100,0%

ANEXOS K

Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?	46	76,7%	14	23,3%	60	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?	46	76,7%	14	23,3%	60	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?	46	76,7%	14	23,3%	60	100,0%
Sexo * ¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?	46	76,7%	14	23,3%	60	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?	46	76,7%	14	23,3%	60	100,0%

Sexo * ¿Qué tipo de revistas prefieres leer?

Crosstab

Count

		¿Qué tipo de revistas prefieres leer?			
		Especializadas	Variedades	Políticas	Deportivas
Sexo	Masculino	11	3	1	7
	Femenino	8	20	2	1
	Total	19	23	3	8

Crosstab

Count

	¿Qué tipo de revistas prefieres leer?	
	De Actualidad	Total

ANEXOS K

Sexo	Masculino	1	23
	Femenino	6	37
	Total	7	60

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	19,224 ^a	4	,001
Likelihood Ratio	20,616	4	,000
Linear-by-Linear Association	,203	1	,652
N of Valid Cases	60		

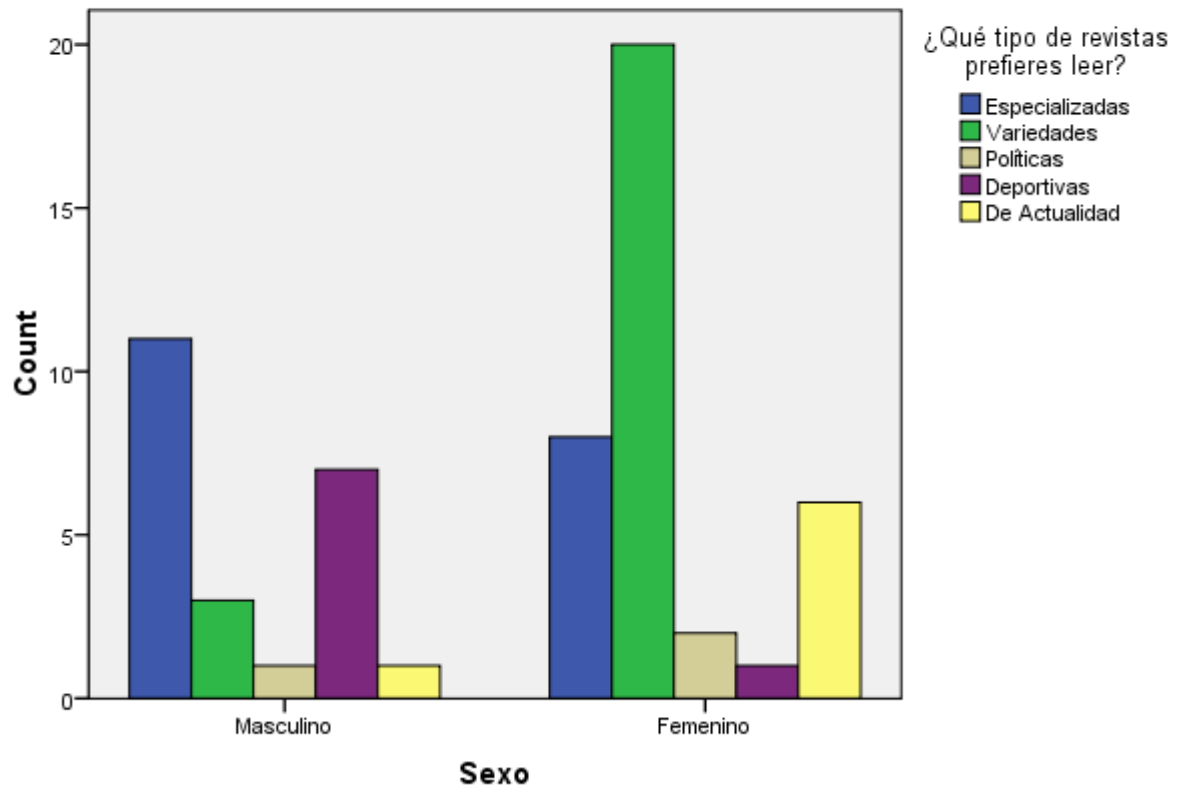
a. 6 cells (60,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,15.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,493	,001
	N of Valid Cases	60	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

Crosstab

		¿Con qué frecuencia utilizas Internet?				Total
		Diariamente	De 2 a 4 días a la semana	1 día a la semana	Menos de 1 día a la semana	
Sexo	Masculino	22	1	0	0	23
	Femenino	34	1	1	1	37
	Total	56	2	1	1	60

ANEXOS K

Chi-Square Tests

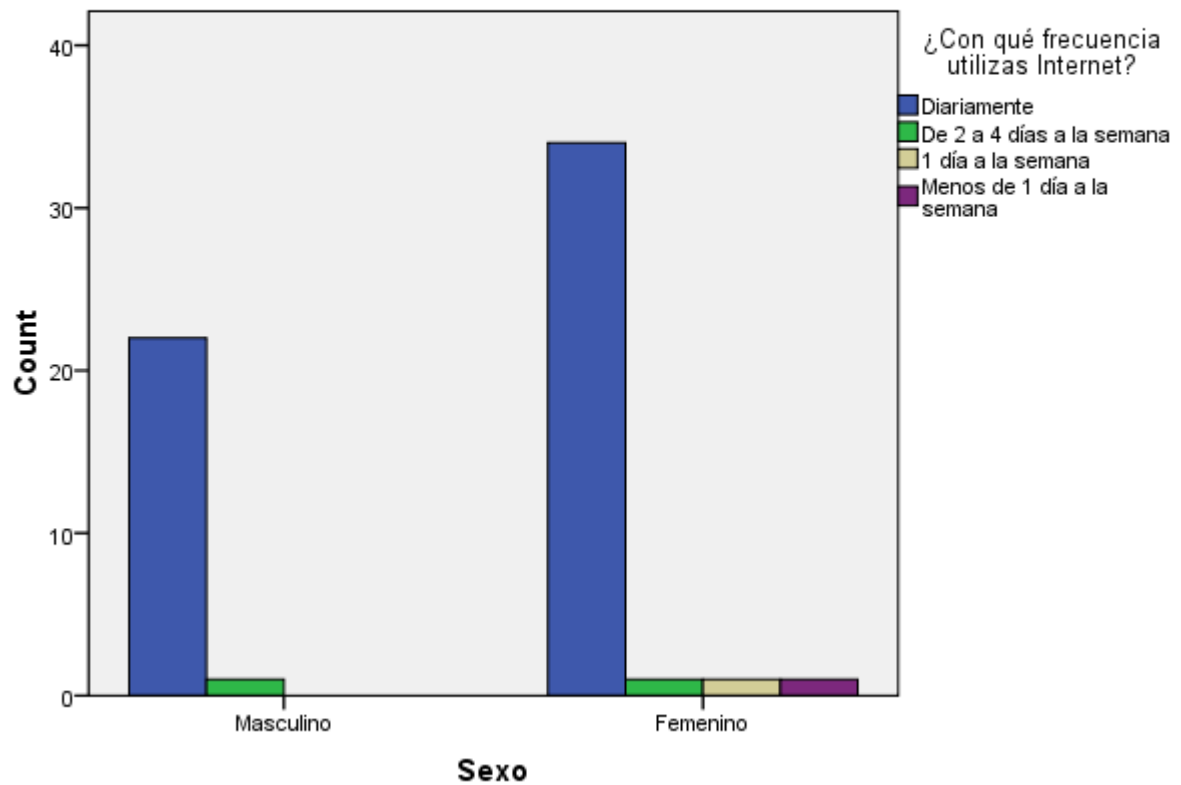
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,380 ^a	3	,710
Likelihood Ratio	2,067	3	,559
Linear-by-Linear Association	,831	1	,362
N of Valid Cases	60		

a. 6 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,38.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,150	,710
	N of Valid Cases	60	

Bar Chart



ANEXOS K

Sexo * ¿Visitas páginas Web informativas?

Crosstab

Count

		¿Visitas páginas Web informativas?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	19	4	23
	Femenino	30	7	37
	Total	49	11	60

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,022 ^a	1	,882	1,000	,583
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,022	1	,881		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,022	1	,883		
N of Valid Cases	60				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,22.

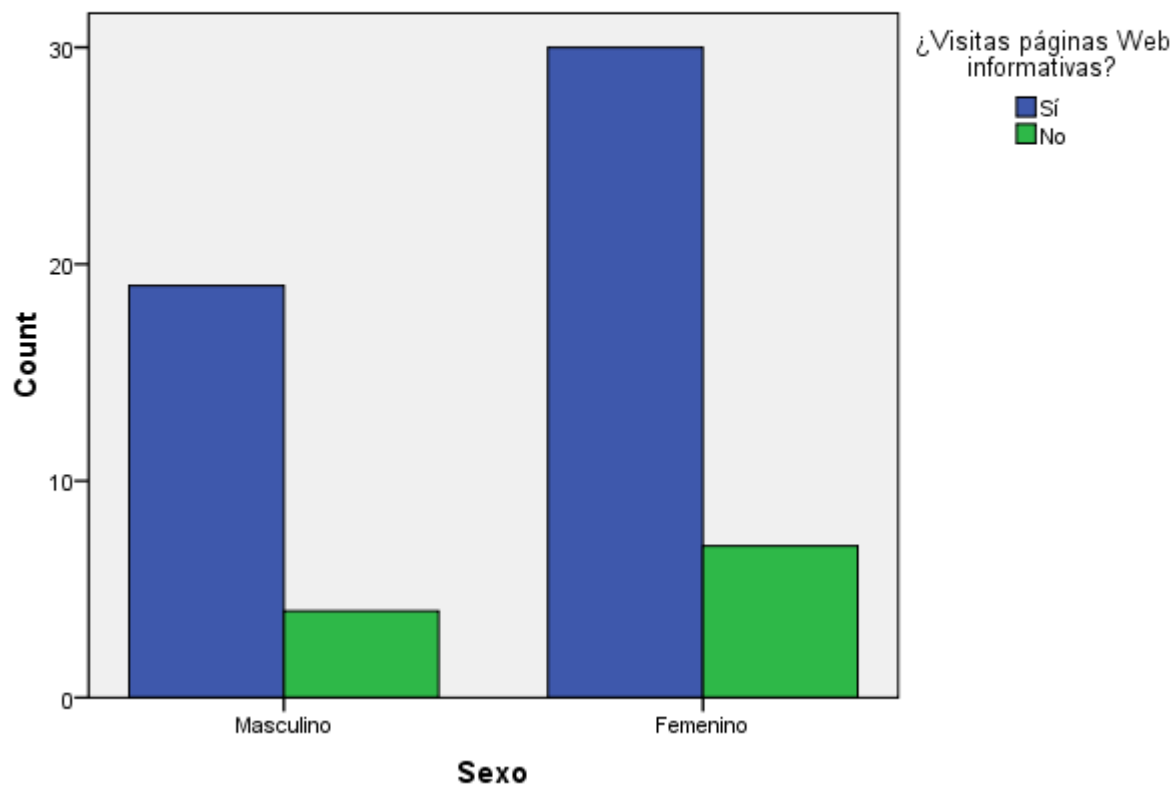
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,019	,882
	N of Valid Cases	60	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Visitas páginas Web educativas?

Crosstab

		¿Visitas páginas Web educativas?		
		Sí	No	Total
Sexo	Masculino	6	17	23
	Femenino	8	29	37
	Total	14	46	60

Chi-Square Tests

ANEXOS K

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,158 ^a	1	,691	,759	,461
Continuity Correction ^b	,007	1	,933		
Likelihood Ratio	,157	1	,692		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,155	1	,693		
N of Valid Cases	60				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,37.

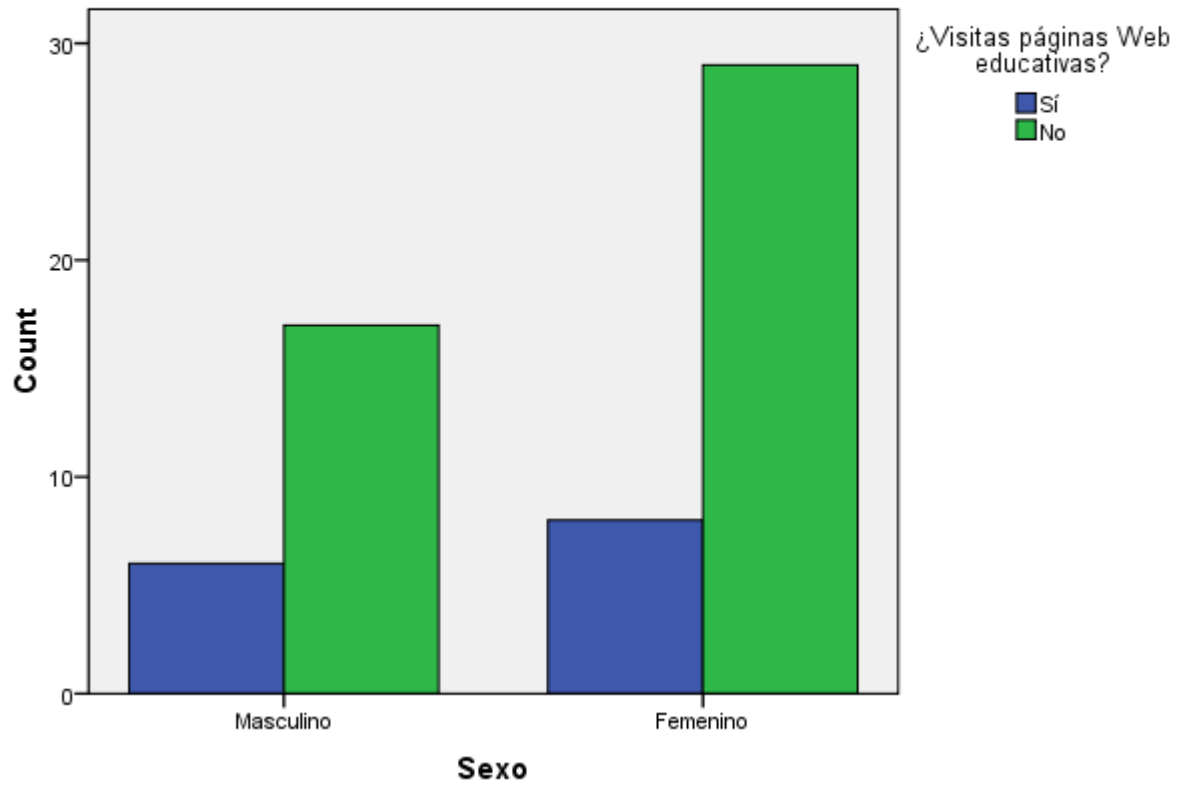
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,051	,691
	N of Valid Cases	60	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Visitas redes sociales?

Crosstab

		¿Visitas redes sociales?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	19	4	23
	Femenino	33	4	37
	Total	52	8	60

Chi-Square Tests

ANEXOS K

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,532 ^a	1	,466	,468	,361
Continuity Correction ^b	,115	1	,735		
Likelihood Ratio	,519	1	,471		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,523	1	,470		
N of Valid Cases	60				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,07.

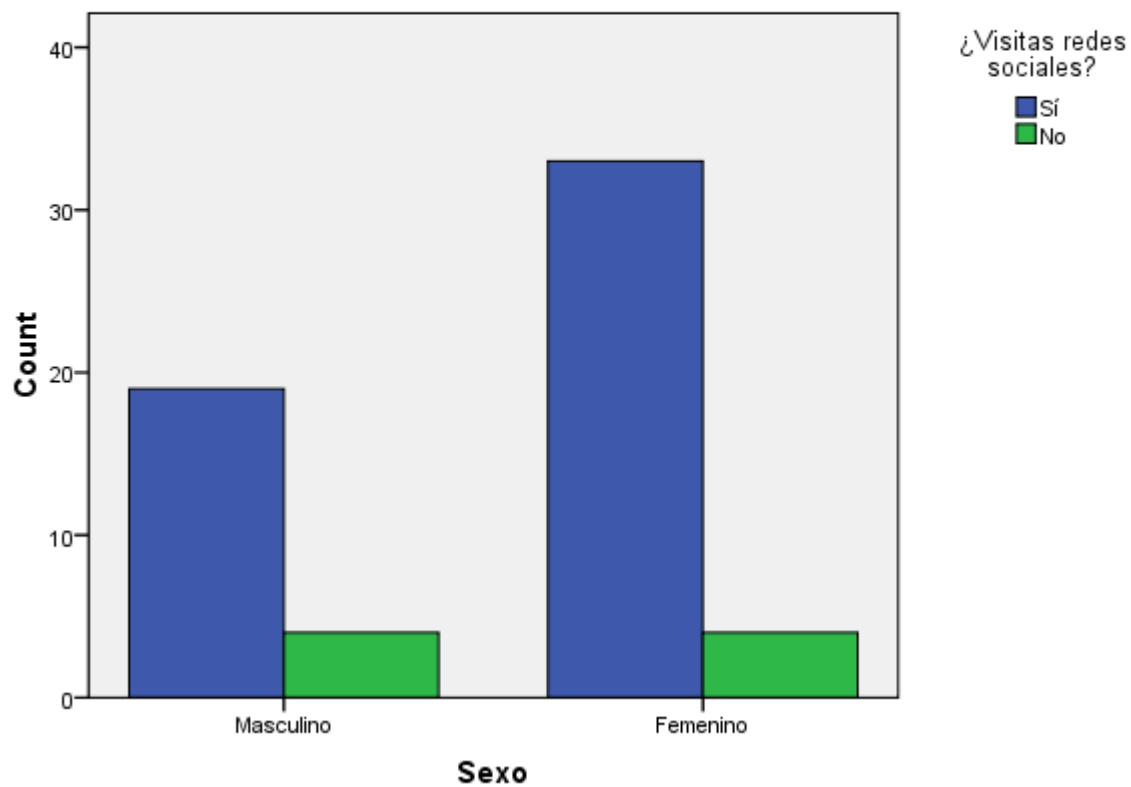
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,094	,466
	N of Valid Cases	60	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Visitas páginas Web culturales?

Crosstab

		¿Visitas páginas Web culturales?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	8	15	23
	Femenino	14	23	37
	Total	22	38	60

Chi-Square Tests

ANEXOS K

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,057 ^a	1	,811	1,000	,517
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,057	1	,811		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,056	1	,813		
N of Valid Cases	60				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,43.

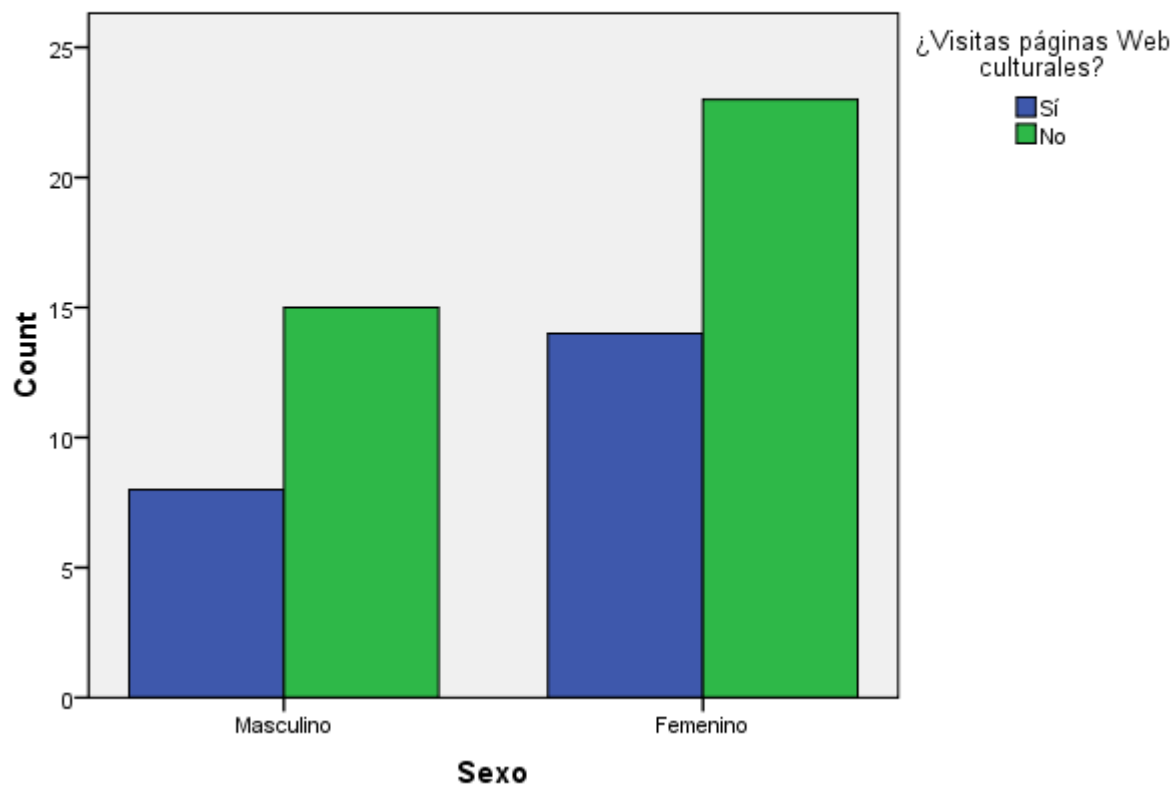
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,031	,811
	N of Valid Cases	60	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Visitas páginas Web corporativas?

Crosstab

		¿Visitas páginas Web corporativas?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	4	19	23
	Femenino	6	31	37
	Total	10	50	60

ANEXOS K

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,014 ^a	1	,905	1,000	,586
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,014	1	,906		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,014	1	,906		
N of Valid Cases	60				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,83.

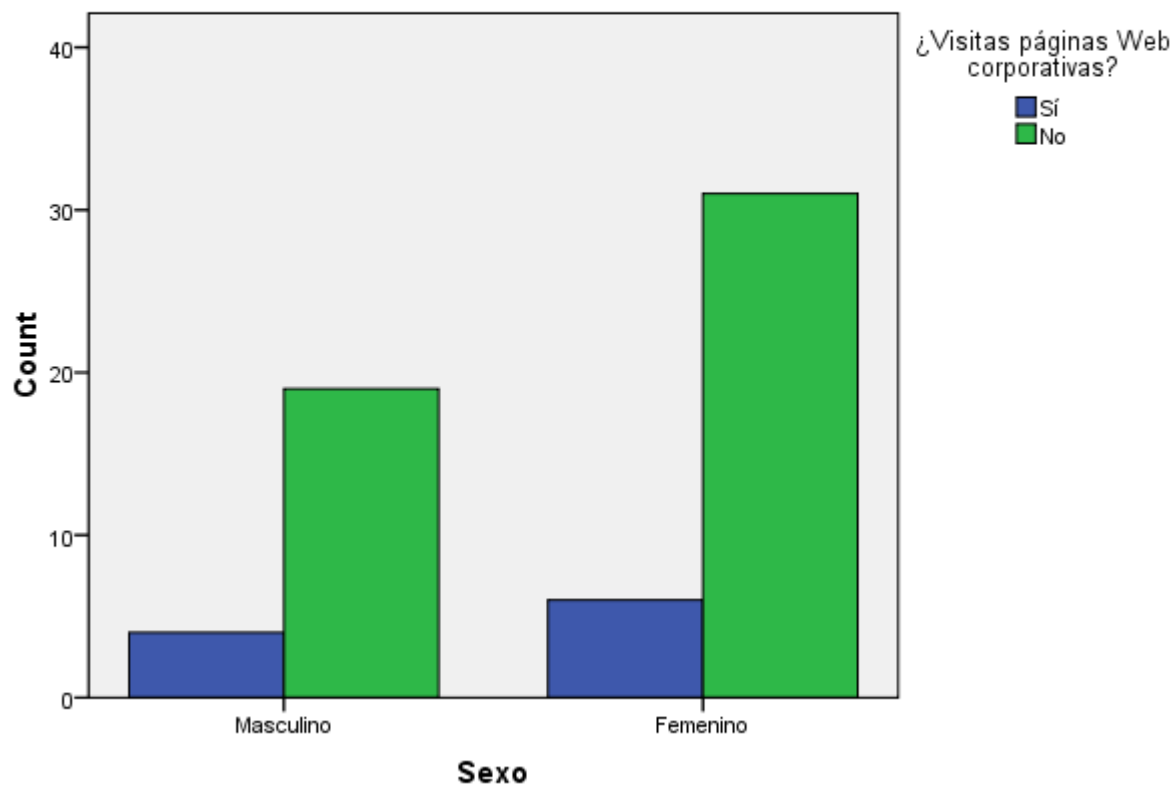
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,015	,905
	N of Valid Cases	60	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Alguna vez has leído una revista digital?

Crosstab

		¿Alguna vez has leído una revista digital?		
		Sí	No	Total
Sexo	Masculino	11	12	23
	Femenino	19	18	37
	Total	30	30	60

ANEXOS K

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,071 ^a	1	,791	1,000	,500
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,071	1	,791		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,069	1	,792		
N of Valid Cases	60				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,50.

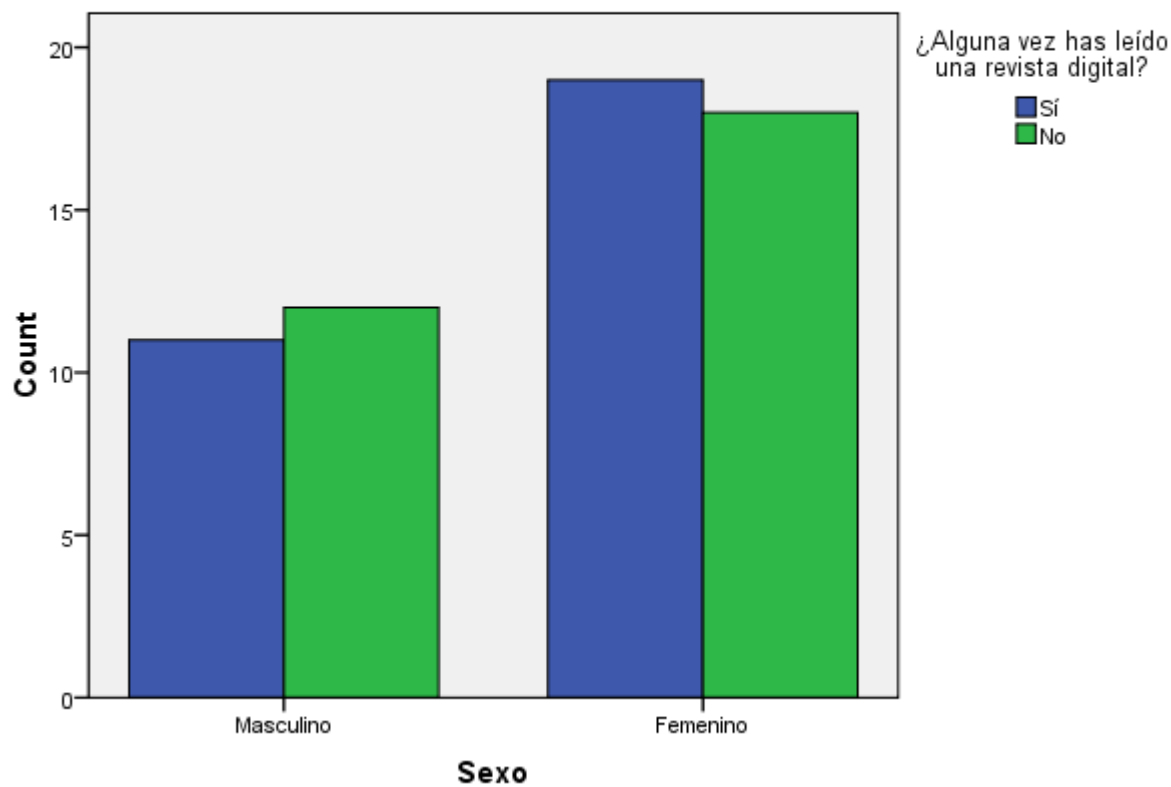
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,034	,791
	N of Valid Cases	60	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

Crosstab

Count

		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	6	12	18
	Femenino	10	24	34
	Total	16	36	52

ANEXOS K

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,085 ^a	1	,771	,763	,504
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,084	1	,771		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,083	1	,773		
N of Valid Cases	52				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,54.

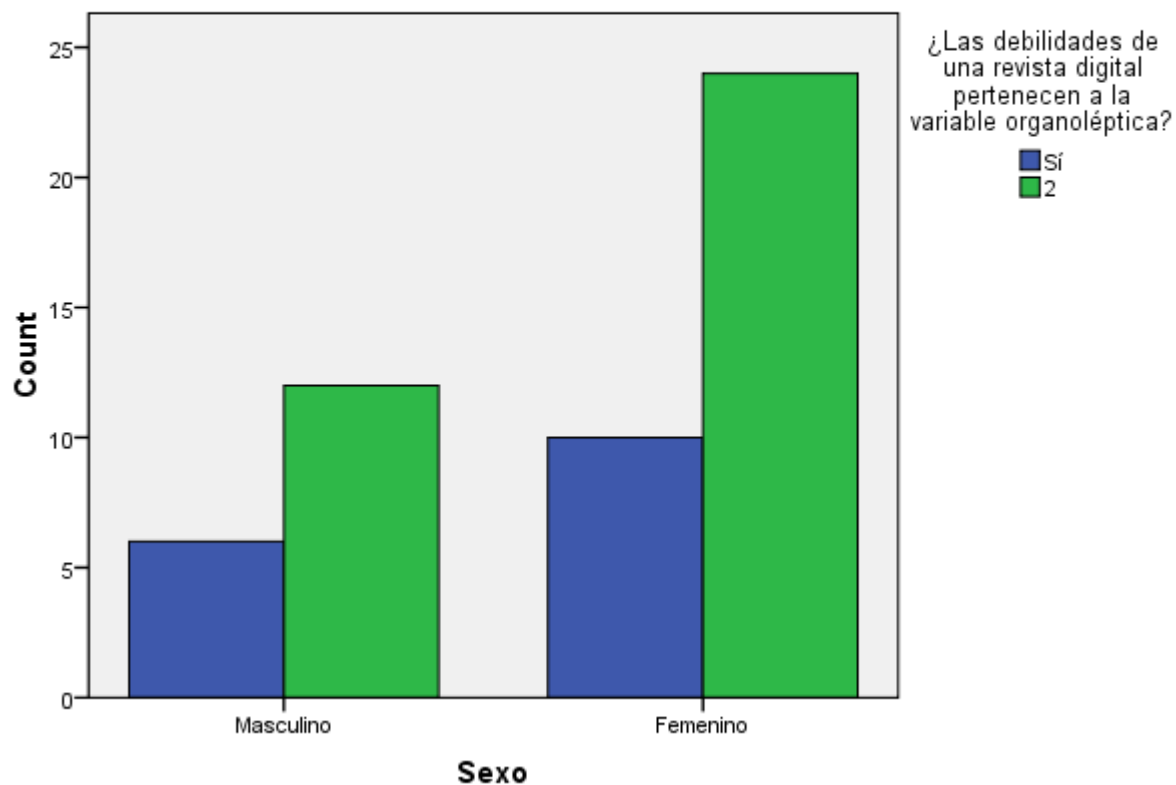
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,040	,771
	N of Valid Cases	52	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

Crosstab

		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?		Total
		Sí	2	
Sexo	Masculino	12	6	18
	Femenino	23	11	34
	Total	35	17	52

ANEXOS K

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,005 ^a	1	,943	1,000	,590
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,005	1	,943		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,005	1	,943		
N of Valid Cases	52				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,88.

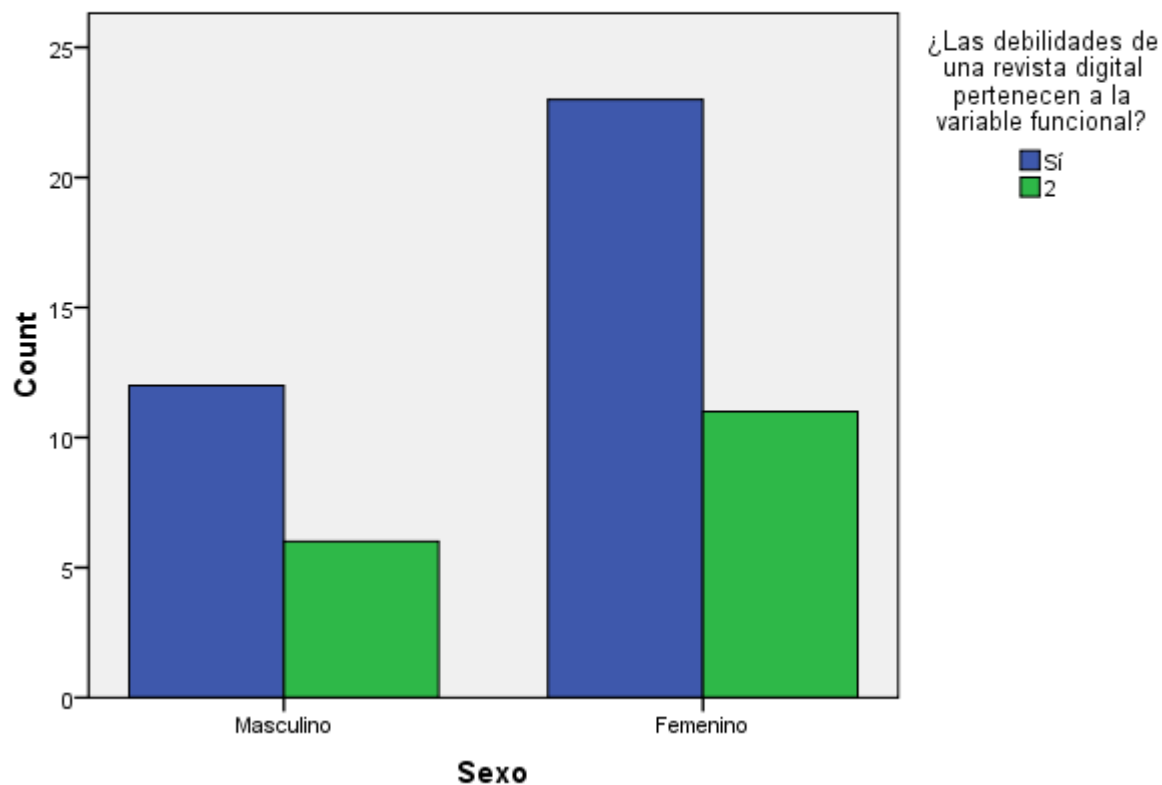
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,010	,943
	N of Valid Cases	52	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

Crosstab

Count

		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?		Total
		Sí	2	
Sexo	Masculino	0	18	18
	Femenino	4	30	34
	Total	4	48	52

ANEXOS K

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,294 ^a	1	,130	,285	,171
Continuity Correction ^b	,936	1	,333		
Likelihood Ratio	3,573	1	,059		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	2,250	1	,134		
N of Valid Cases	52				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,38.

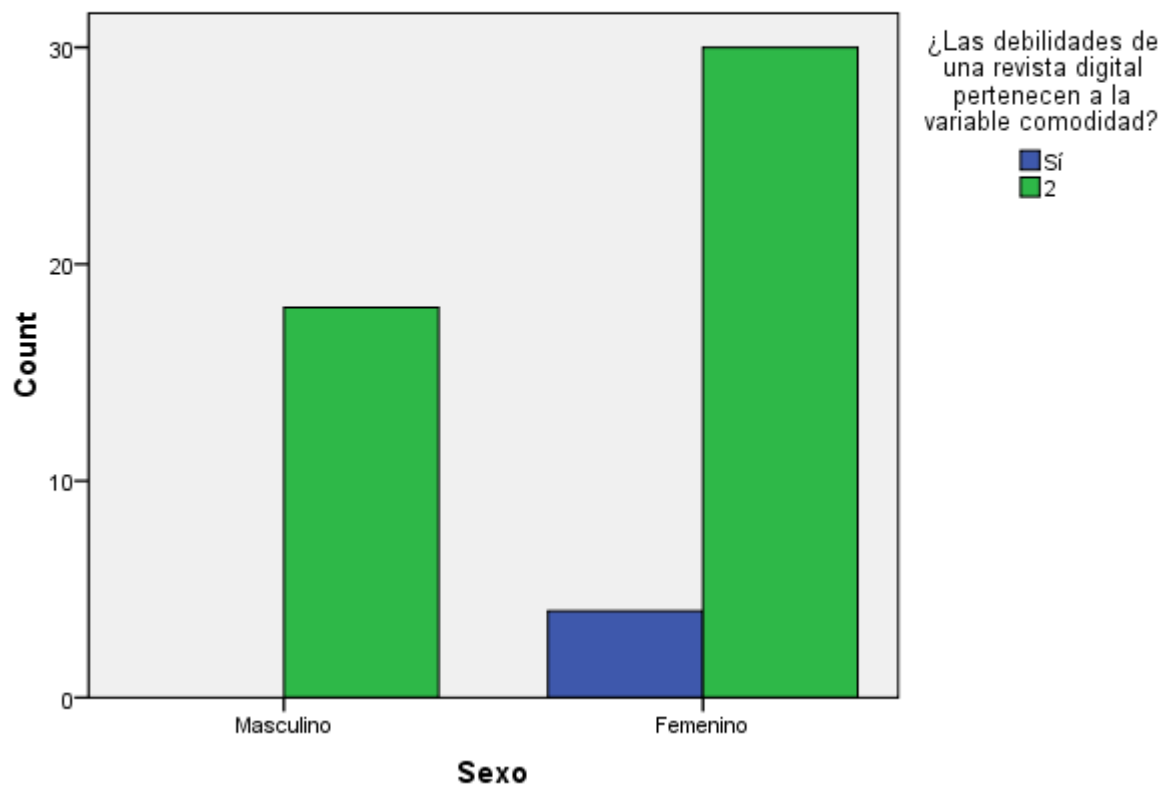
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,206	,130
	N of Valid Cases	52	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

Crosstab

		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	
		2	Total
Sexo	Masculino	21	21
	Femenino	21	21

ANEXOS K

Femenino	33	33
Total	54	54

Chi-Square Tests

	Value
Pearson Chi-Square	a
N of Valid Cases	54

a. No statistics are computed because ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica? is a constant.

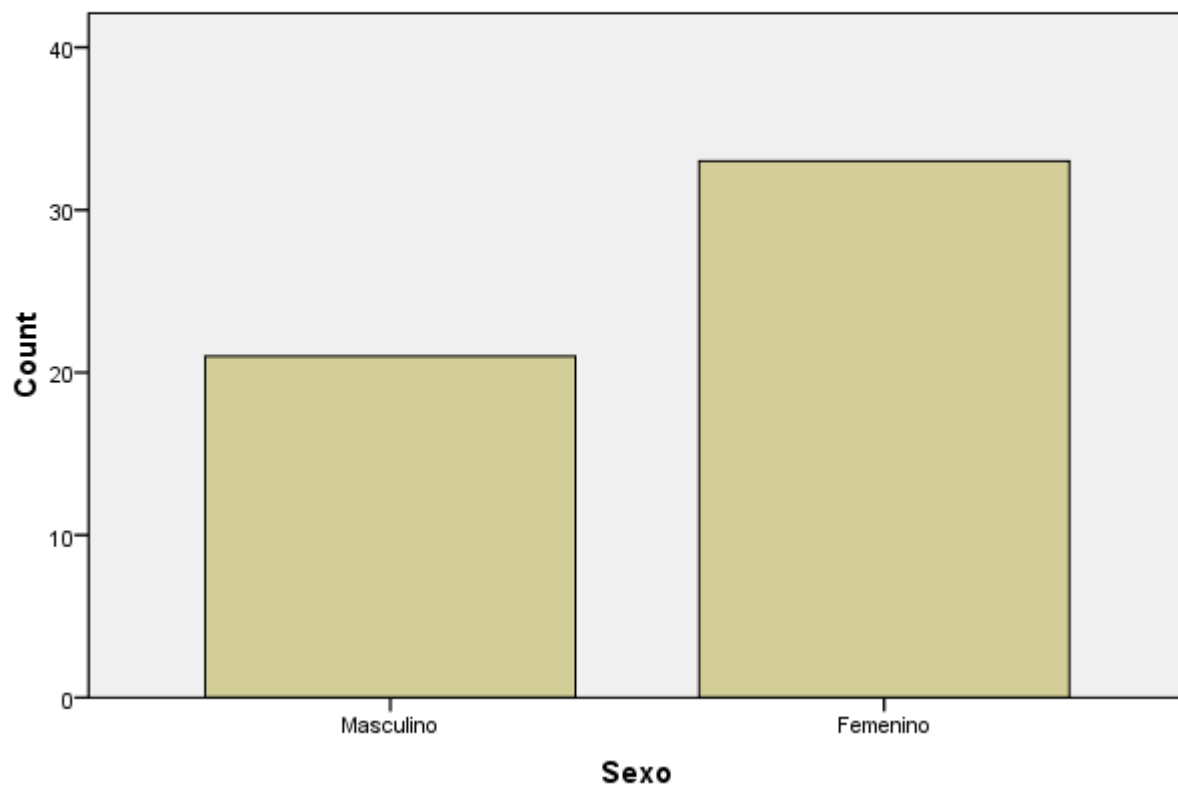
Symmetric Measures

	Value
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	a
N of Valid Cases	54

a. No statistics are computed because ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica? is a constant.

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

Crosstab

		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	13	8	21
	Femenino	18	15	33
	Total	31	23	54

ANEXOS K

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,284 ^a	1	,594	,778	,402
Continuity Correction ^b	,063	1	,802		
Likelihood Ratio	,286	1	,593		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,279	1	,597		
N of Valid Cases	54				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,94.

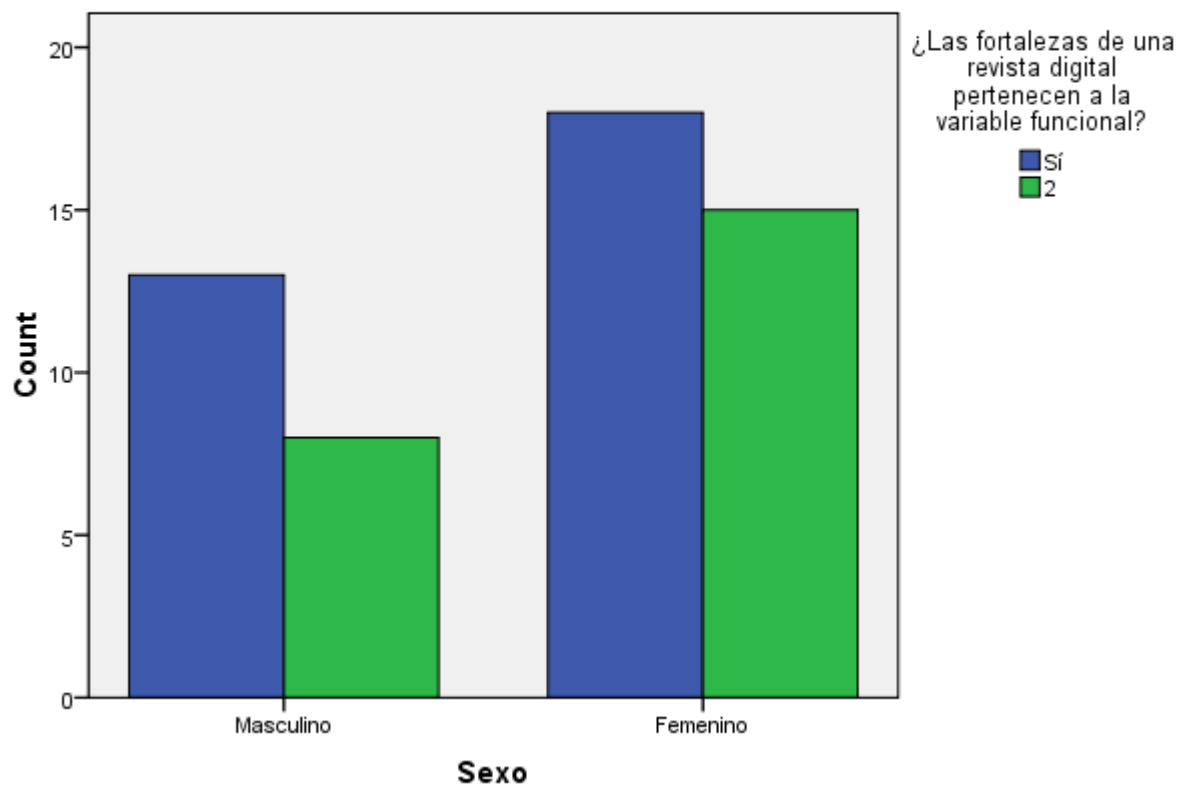
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,072	,594
	N of Valid Cases	54	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

Crosstab

		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?		Total
		Sí	2	
Sexo	Masculino	12	9	21
	Femenino	20	13	33
	Total	32	22	54

ANEXOS K

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,064 ^a	1	,801	1,000	,511
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,064	1	,801		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,063	1	,802		
N of Valid Cases	54				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,56.

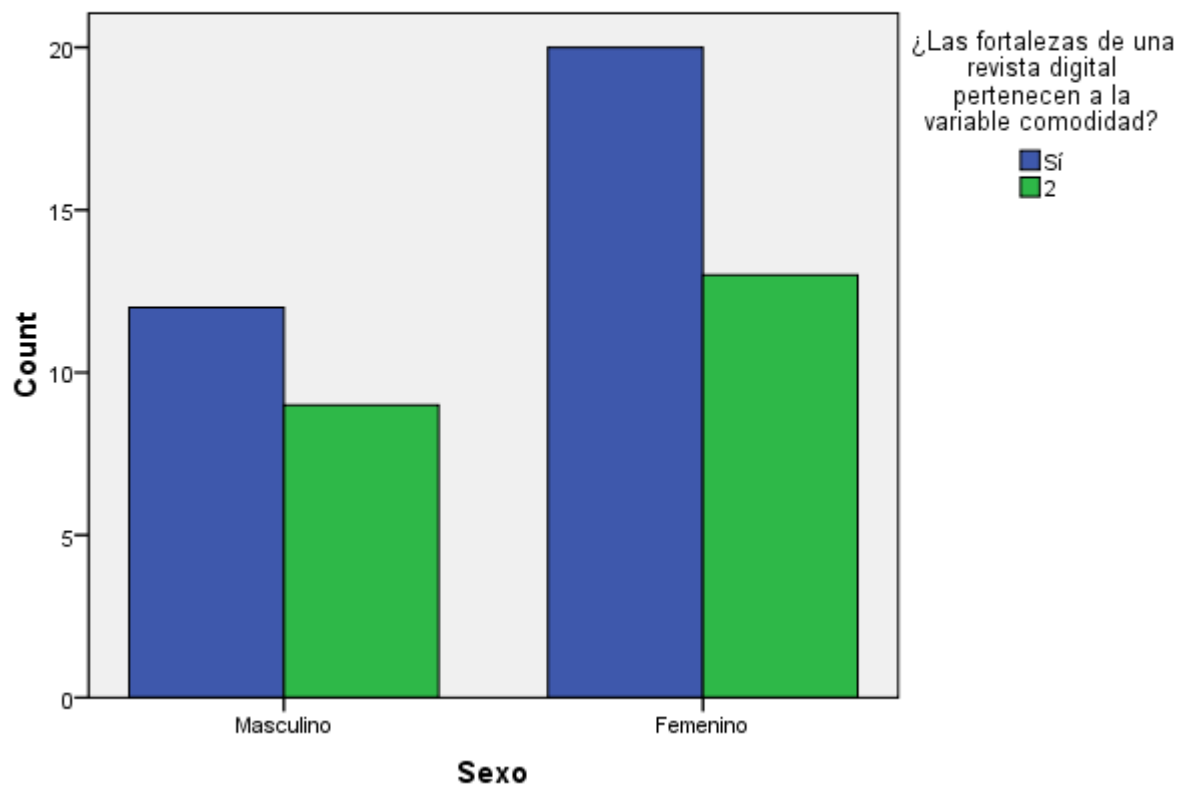
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,034	,801
	N of Valid Cases	54	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Conoces el término Underground?

Crosstab

		¿Conoces el término Underground?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	22	1	23
	Femenino	32	5	37
	Total	54	6	60

ANEXOS K

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,324 ^a	1	,250	,391	,247
Continuity Correction ^b	,501	1	,479		
Likelihood Ratio	1,477	1	,224		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	1,302	1	,254		
N of Valid Cases	60				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,30.

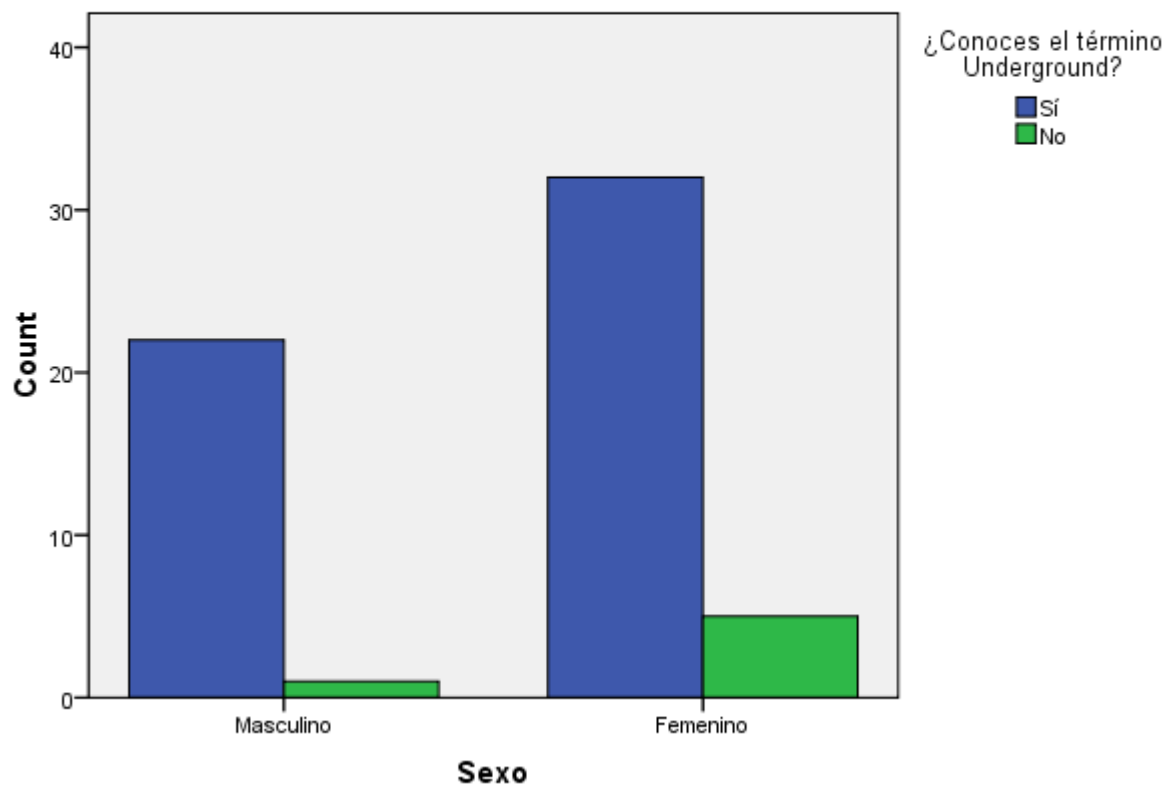
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,147	,250
	N of Valid Cases	60	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Te identificas con este estilo?

Crosstab

		¿Te identificas con este estilo?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	11	12	23
	Femenino	8	29	37
	Total	19	41	60

Chi-Square Tests

ANEXOS K

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	4,501 ^a	1	,034	,047	,034
Continuity Correction ^b	3,371	1	,066		
Likelihood Ratio	4,445	1	,035		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	4,426	1	,035		
N of Valid Cases	60				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,28.

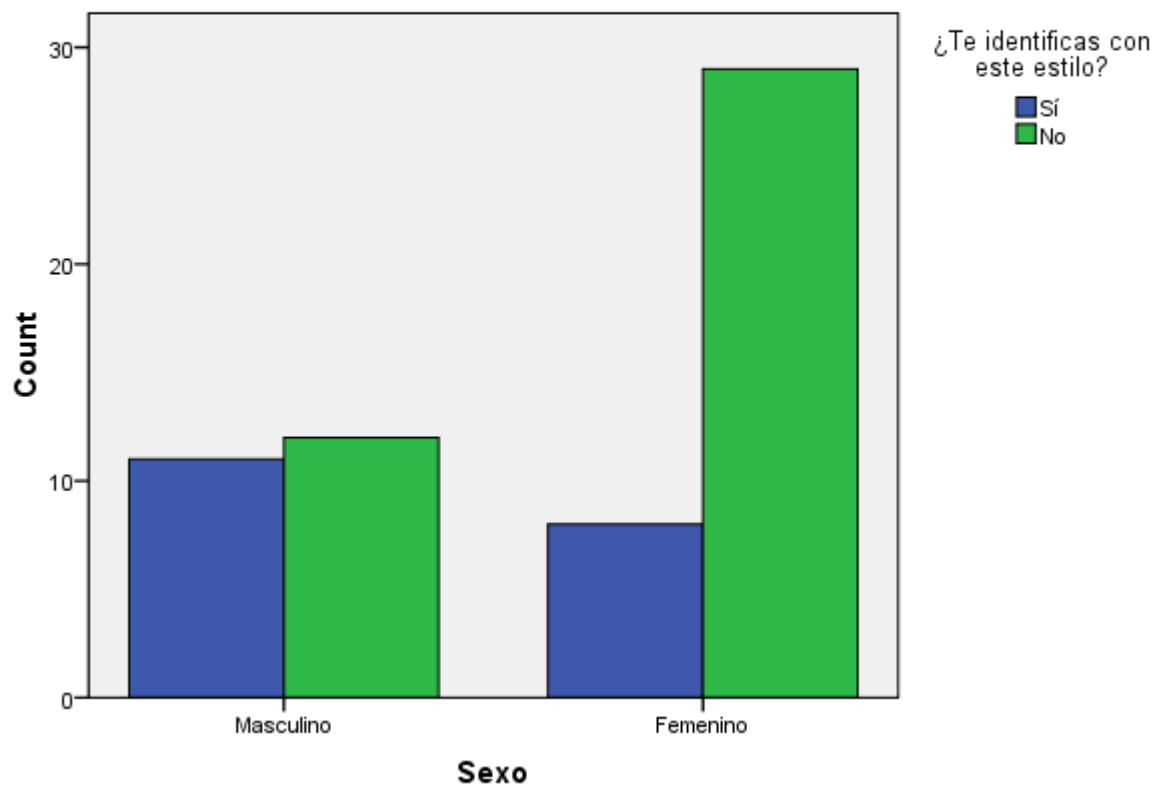
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,264	,034
	N of Valid Cases	60	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

Crosstab

		¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?		
		Sí	No	Total
Sexo	Masculino	14	9	23
	Femenino	26	11	37
	Total	40	20	60

ANEXOS K

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,564 ^a	1	,453	,575	,318
Continuity Correction ^b	,220	1	,639		
Likelihood Ratio	,559	1	,455		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,555	1	,456		
N of Valid Cases	60				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,67.

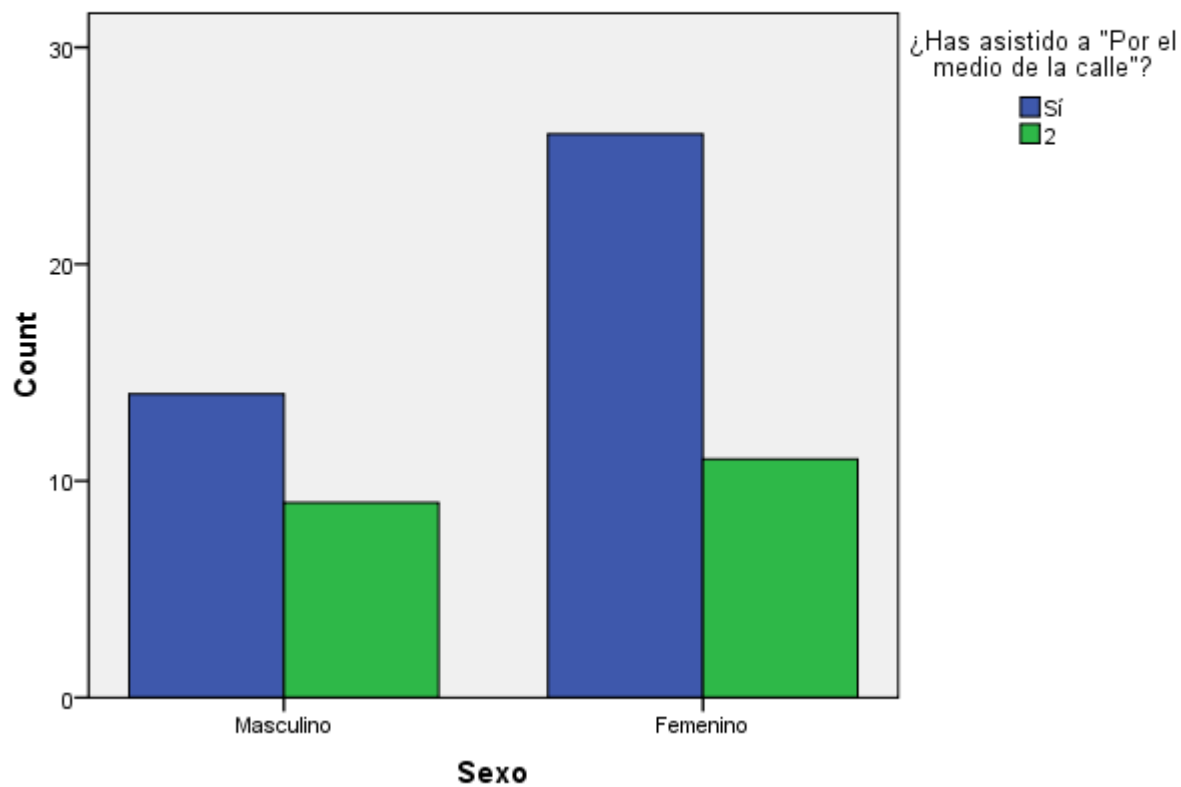
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,097	,453
	N of Valid Cases	60	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

Crosstab

		¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?		Total
		Sí	2	
Sexo	Masculino	8	15	23
	Femenino	18	19	37
	Total	26	34	60

ANEXOS K

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,111 ^a	1	,292		
Continuity Correction ^b	,618	1	,432		
Likelihood Ratio	1,122	1	,290		
Fisher's Exact Test				,422	,217
Linear-by-Linear Association	1,092	1	,296		
N of Valid Cases	60				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,97.

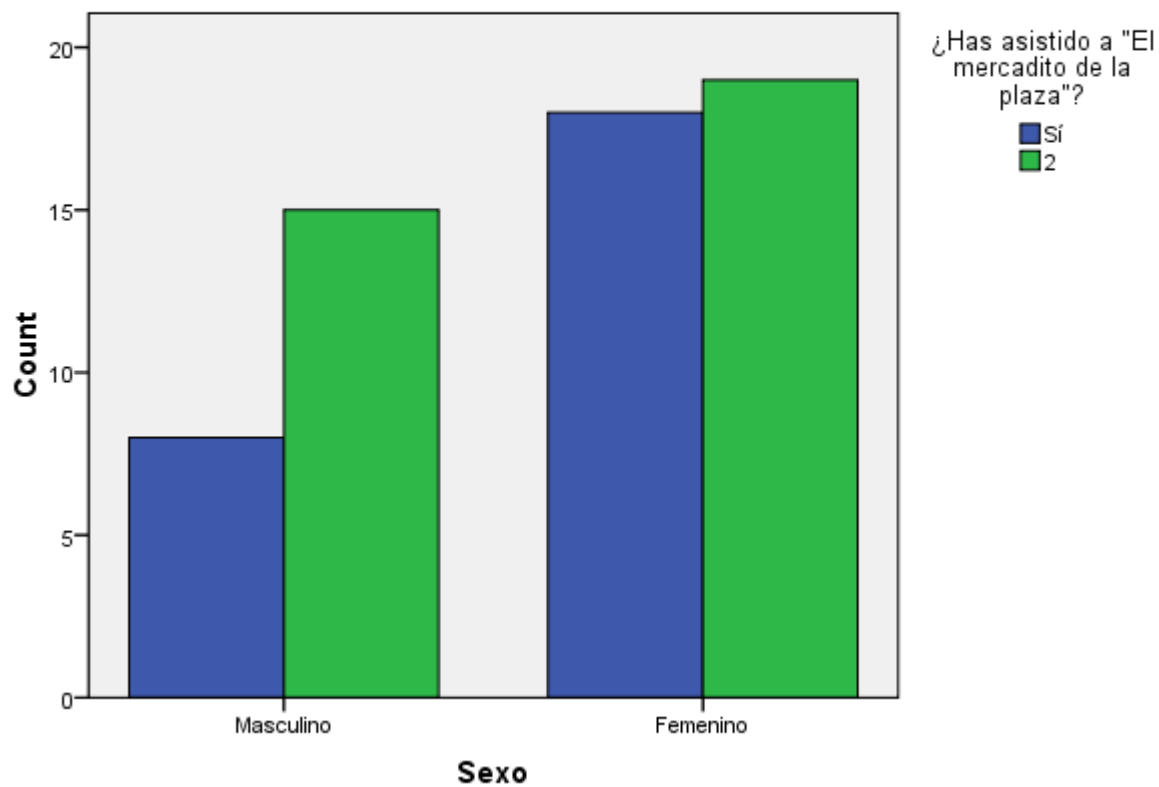
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,135	,292
	N of Valid Cases	60	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?

Crosstab

		¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?		Total
		Sí	2	
Sexo	Masculino	5	18	23
	Femenino	2	35	37
	Total	7	53	60

ANEXOS K

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	3,672 ^a	1	,055	,095	,068
Continuity Correction ^b	2,258	1	,133		
Likelihood Ratio	3,582	1	,058		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	3,611	1	,057		
N of Valid Cases	60				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,68.

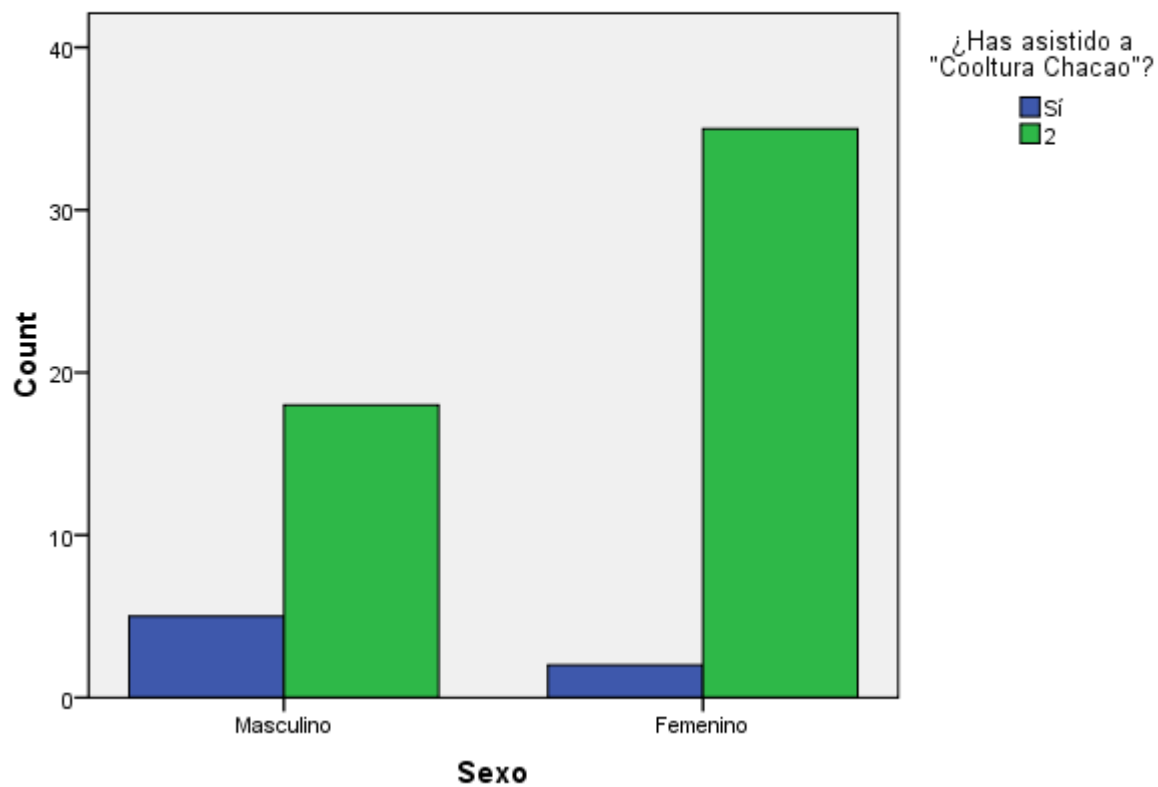
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,240	,055
	N of Valid Cases	60	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

Crosstab

		¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?		Total
		Sí	2	
Sexo	Masculino	1	22	23
	Femenino	0	37	37
	Total	1	59	60

ANEXOS K

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,636 ^a	1	,201	,383	,383
Continuity Correction ^b	,059	1	,809		
Likelihood Ratio	1,945	1	,163		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	1,609	1	,205		
N of Valid Cases	60				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,38.

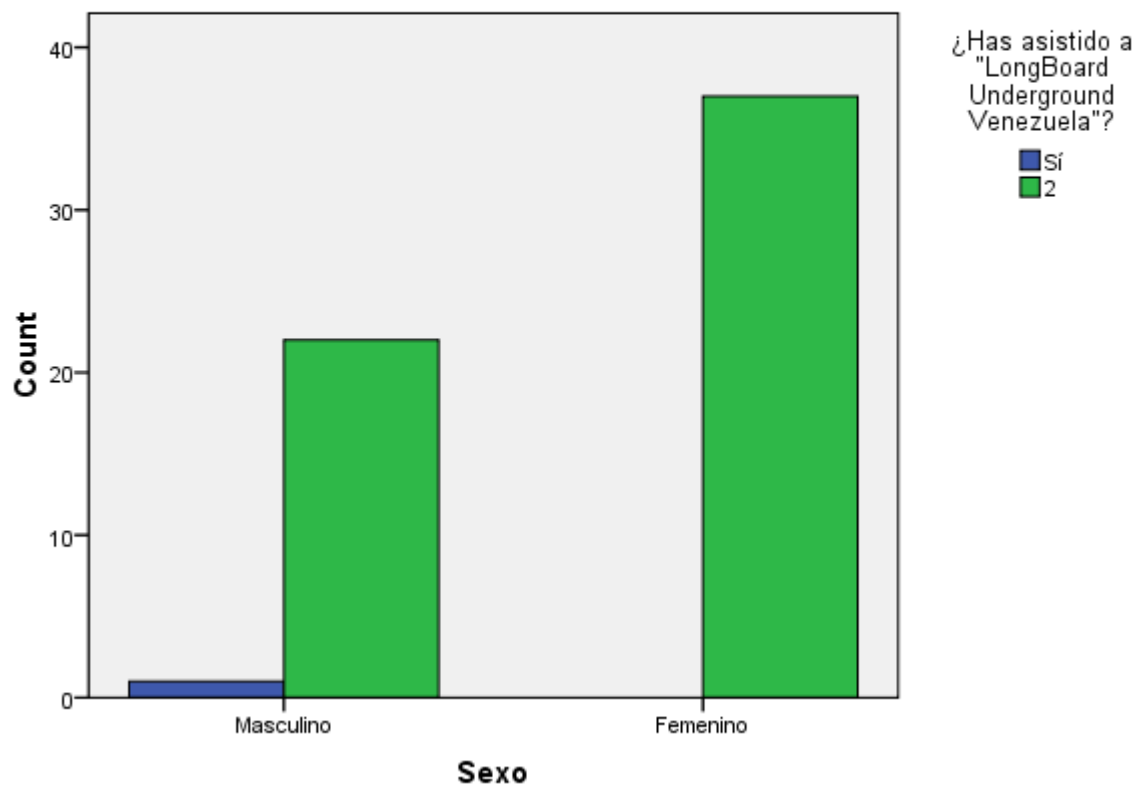
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,163	,201
	N of Valid Cases	60	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿No has asistido a ninguno?

Crosstab

		¿No has asistido a ninguno?		Total
		Sí	2	
Sexo	Masculino	7	16	23
	Femenino	7	30	37
	Total	14	46	60

Chi-Square Tests

ANEXOS K

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,051 ^a	1	,305	,356	,237
Continuity Correction ^b	,506	1	,477		
Likelihood Ratio	1,032	1	,310		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	1,034	1	,309		
N of Valid Cases	60				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,37.

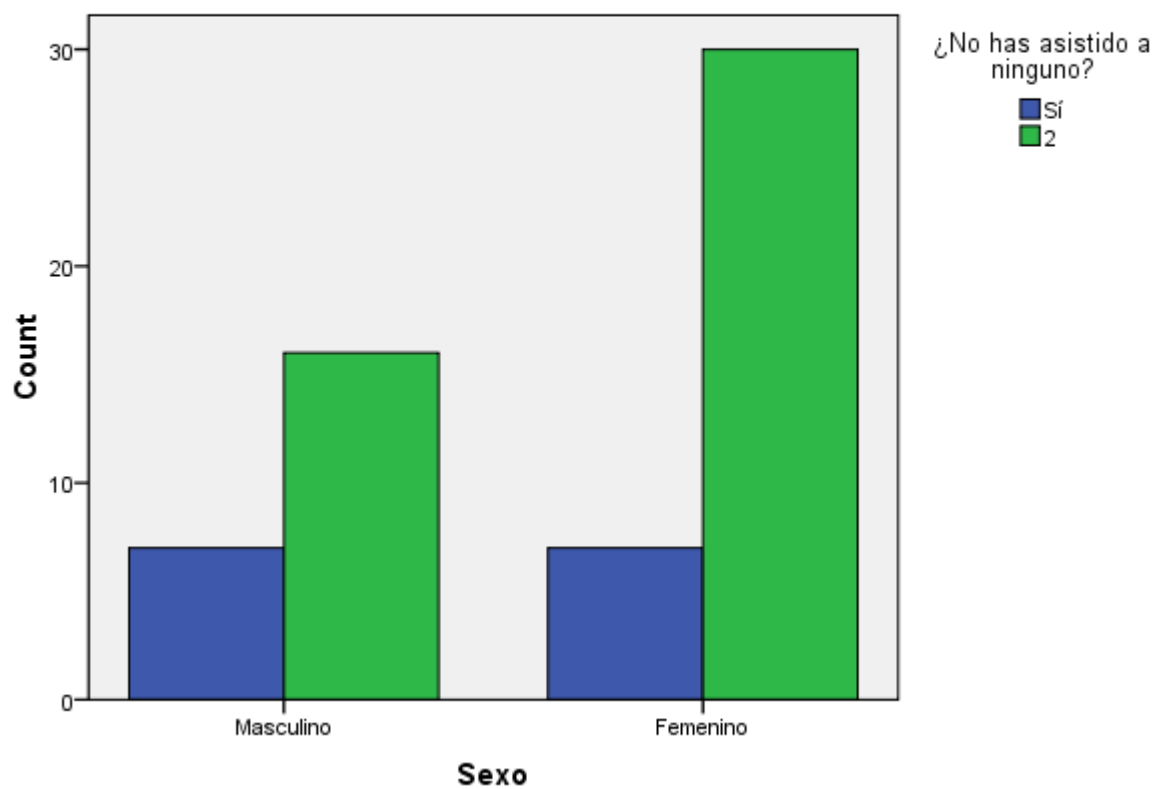
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,131	,305
	N of Valid Cases	60	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Leerías una revista digital de corte underground?

Crosstab

		¿Leerías una revista digital de corte underground?		Total
		Sí	2	
Sexo	Masculino	19	4	23
	Femenino	27	10	37
	Total	46	14	60

ANEXOS K

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,736 ^a	1	,391	,534	,297
Continuity Correction ^b	,296	1	,586		
Likelihood Ratio	,758	1	,384		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,724	1	,395		
N of Valid Cases	60				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,37.

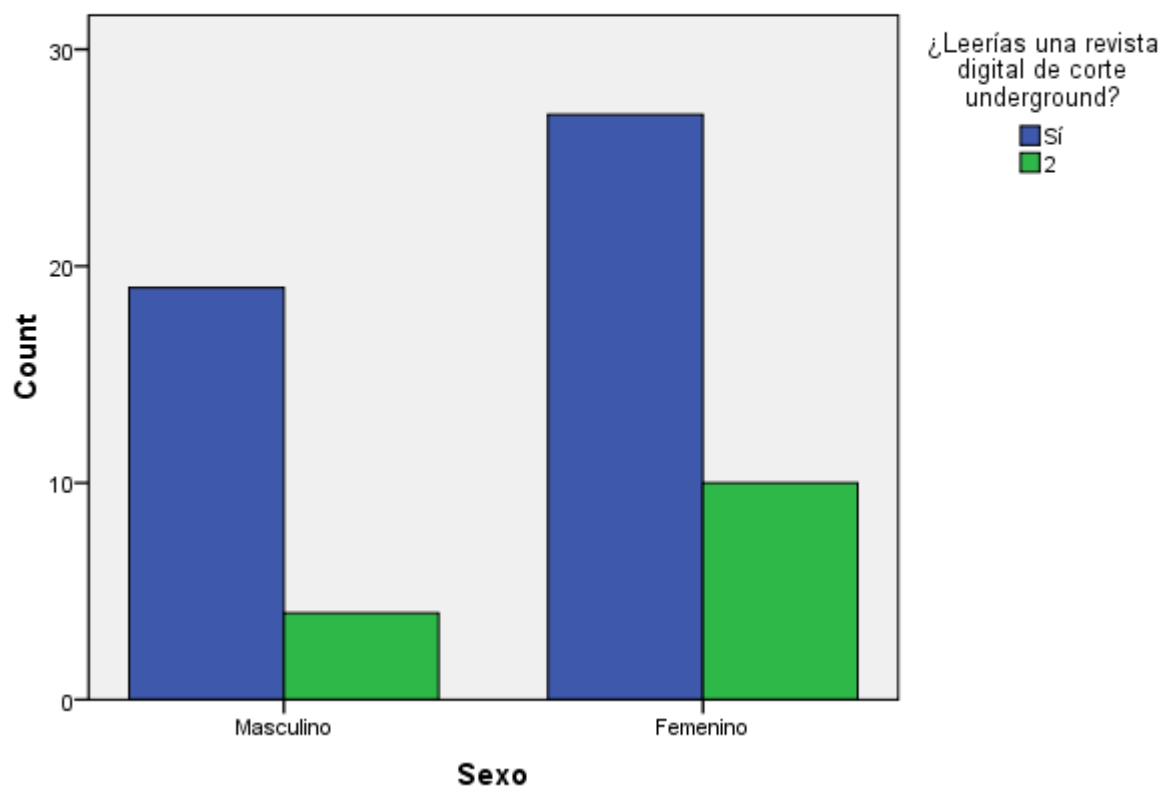
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,110	,391
	N of Valid Cases	60	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?

Crosstab

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?		Total
		Sí	2	
Sexo	Masculino	14	5	19
	Femenino	23	4	27
	Total	37	9	46

ANEXOS K

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,937 ^a	1	,333	,456	,275
Continuity Correction ^b	,349	1	,555		
Likelihood Ratio	,924	1	,336		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,917	1	,338		
N of Valid Cases	46				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,72.

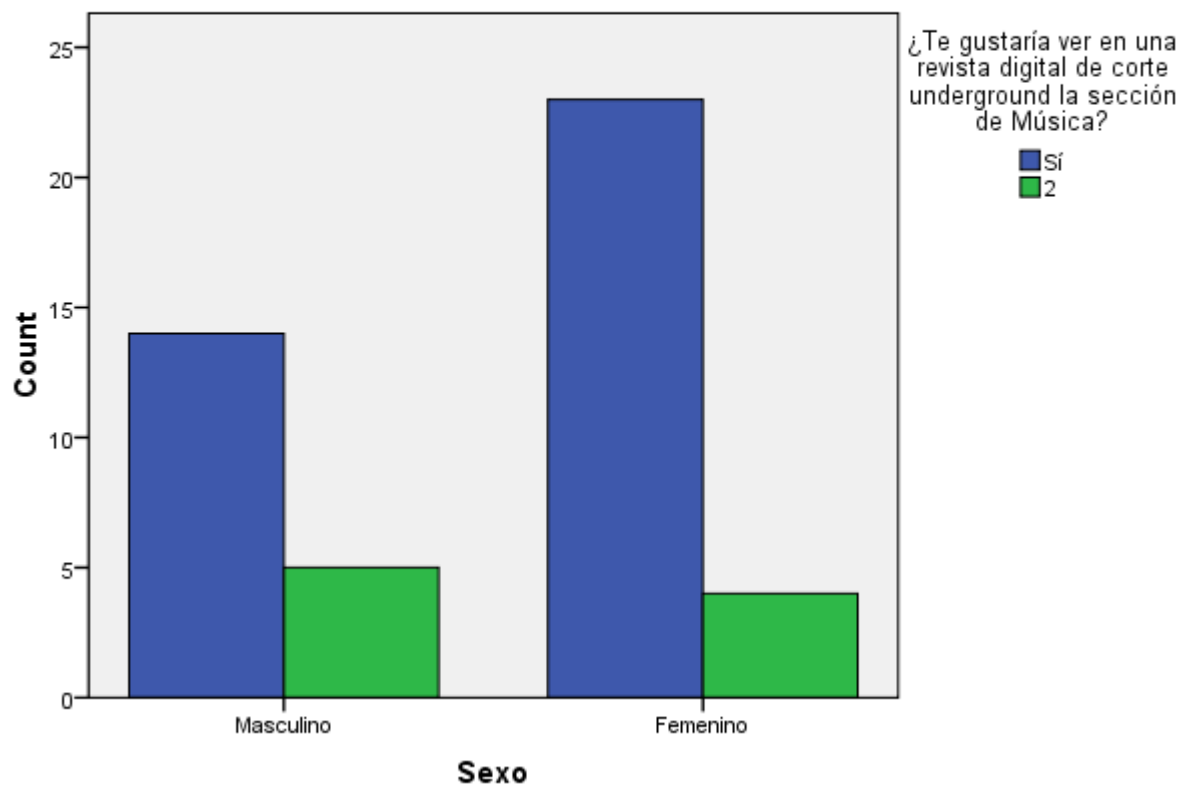
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,141	,333
	N of Valid Cases	46	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?		Total
		Sí	2	
Sexo	Masculino	10	9	19
	Femenino	18	9	27
	Total	28	18	46

ANEXOS K

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,922 ^a	1	,337	,373	,256
Continuity Correction ^b	,427	1	,513		
Likelihood Ratio	,919	1	,338		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,902	1	,342		
N of Valid Cases	46				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,43.

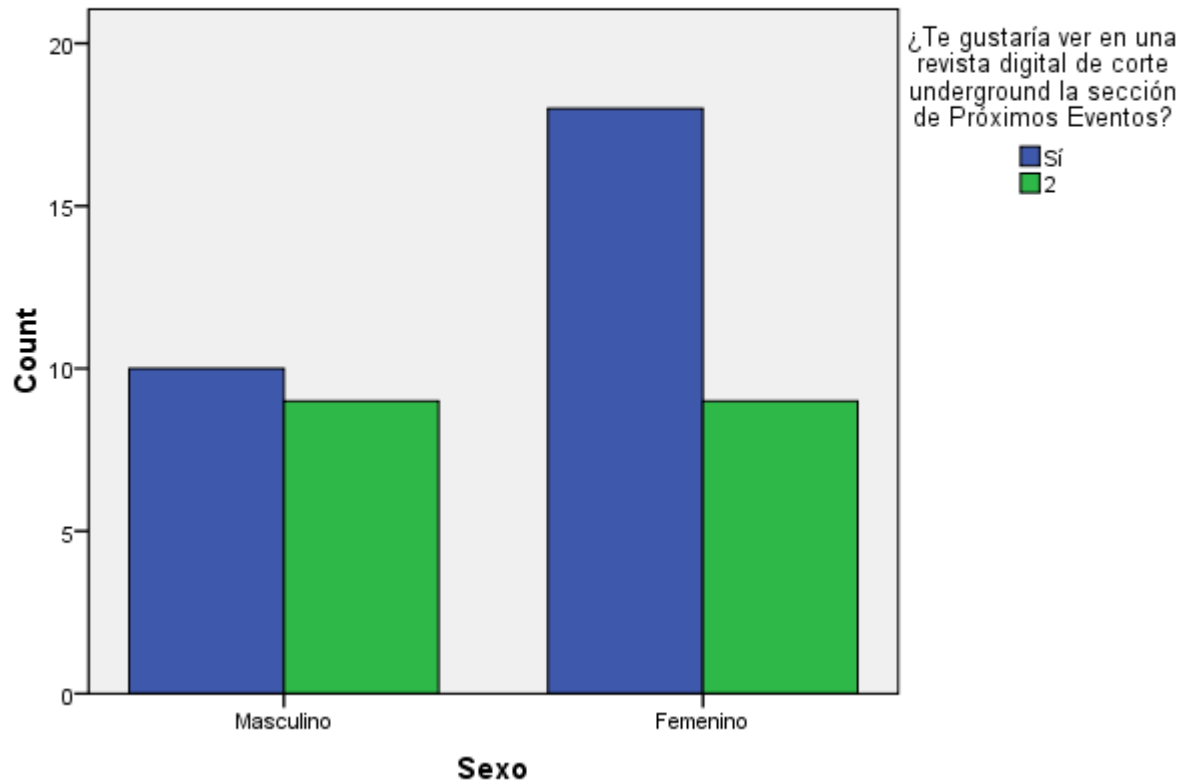
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,140	,337
	N of Valid Cases	46	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?		Total
		Sí	2	
Sexo	Masculino	9	10	19
	Femenino	10	17	27
	Total	19	27	46

ANEXOS K

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,491 ^a	1	,483	,552	,345
Continuity Correction ^b	,157	1	,692		
Likelihood Ratio	,490	1	,484		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,480	1	,488		
N of Valid Cases	46				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,85.

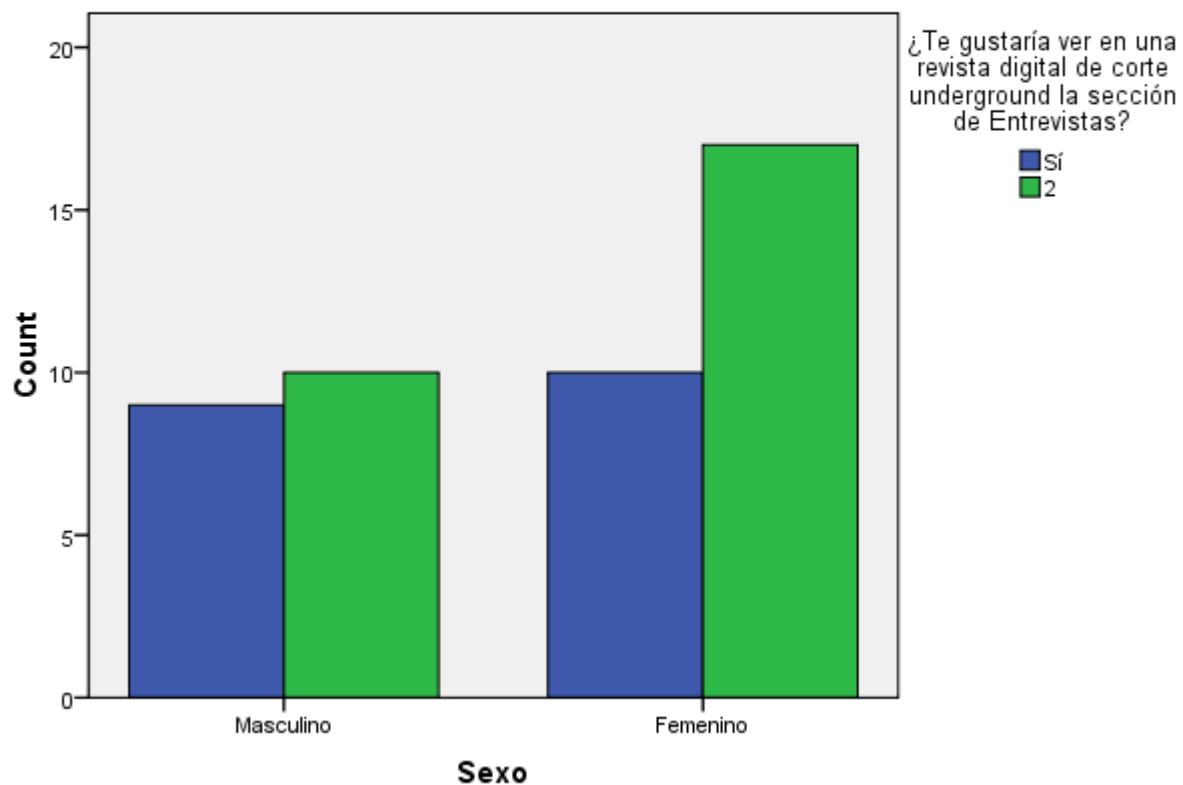
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,103	,483
	N of Valid Cases	46	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?

Crosstab

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?		Total
		Sí	2	
Sexo	Masculino	6	13	19
	Femenino	17	10	27
	Total	23	23	46

ANEXOS K

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	4,394 ^a	1	,036	,071	,036
Continuity Correction ^b	3,228	1	,072		
Likelihood Ratio	4,476	1	,034		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	4,298	1	,038		
N of Valid Cases	46				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,50.

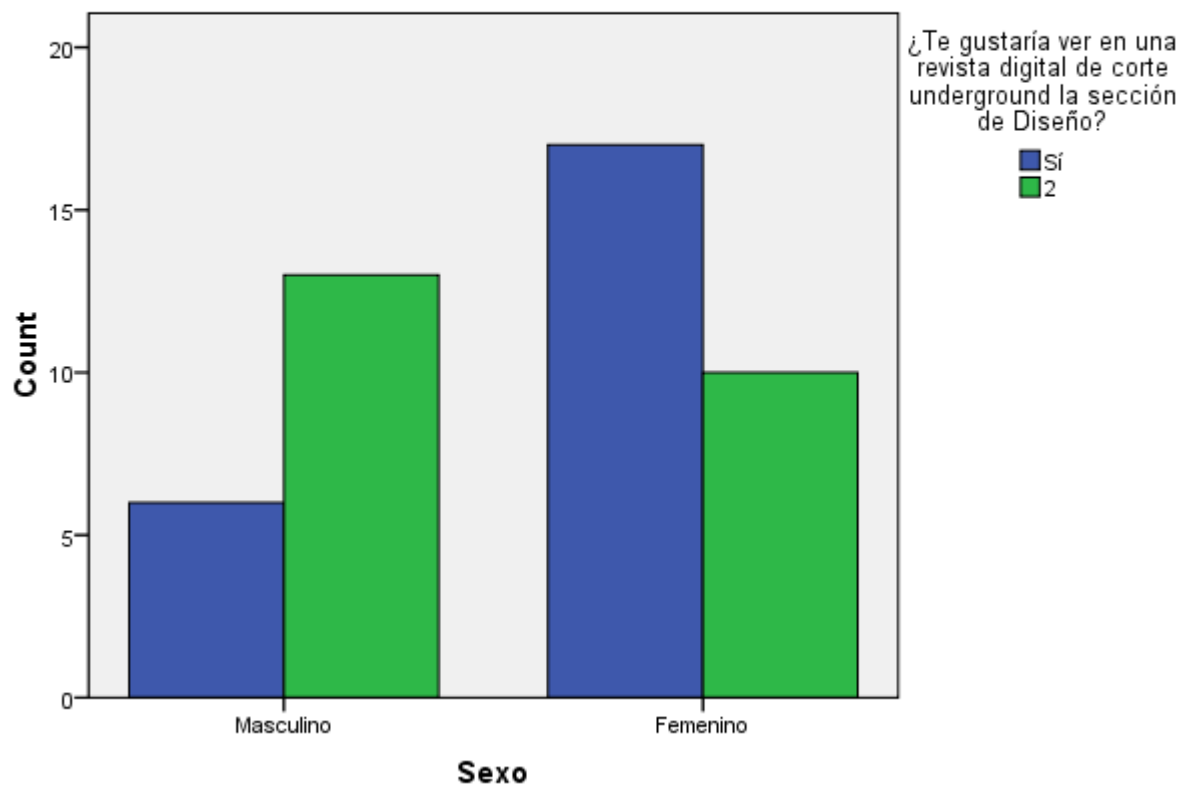
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,295	,036
	N of Valid Cases	46	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?		Total
		Sí	2	
Sexo	Masculino	0	19	19
	Femenino	5	22	27
	Total	5	41	46

ANEXOS K

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	3,948 ^a	1	,047	,067	,059
Continuity Correction ^b	2,268	1	,132		
Likelihood Ratio	5,753	1	,016		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	3,862	1	,049		
N of Valid Cases	46				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,07.

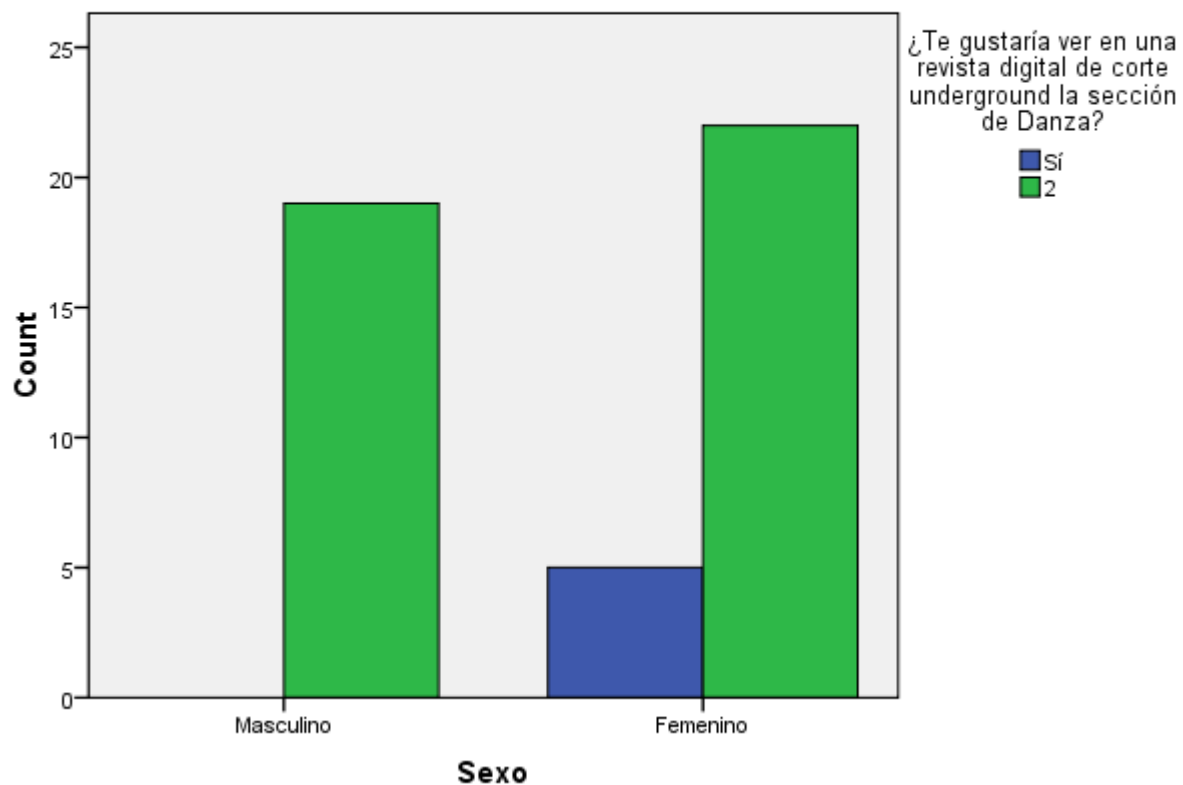
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,281	,047
	N of Valid Cases	46	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?

Crosstab

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?		Total
		Sí	2	
Sexo	Masculino	0	19	19
	Femenino	6	21	27
	Total	6	40	46

ANEXOS K

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	4,856 ^a	1	,028	,034	,032
Continuity Correction ^b	3,094	1	,079		
Likelihood Ratio	7,019	1	,008		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	4,750	1	,029		
N of Valid Cases	46				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,48.

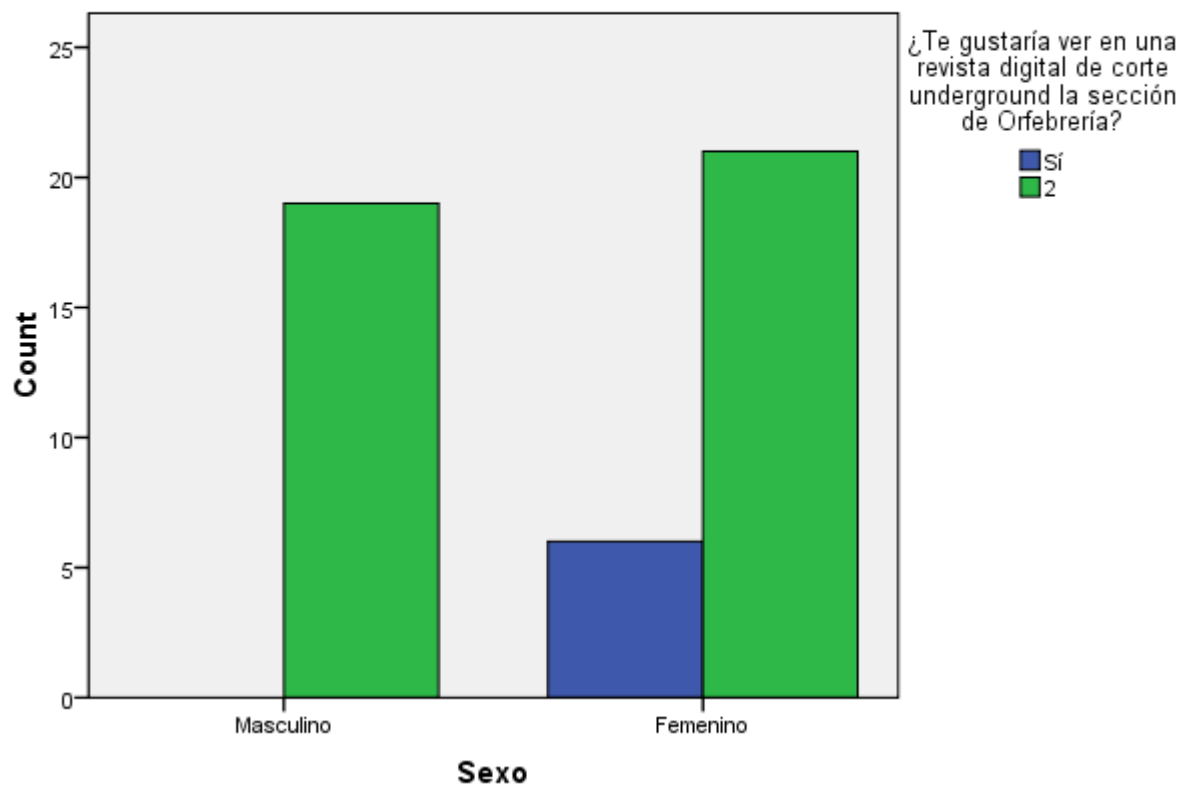
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,309	,028
	N of Valid Cases	46	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?

Crosstab

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?		Total
		Sí	2	
Sexo	Masculino	8	11	19
	Femenino	13	14	27
	Total	21	25	46

ANEXOS K

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,164 ^a	1	,685	,769	,459
Continuity Correction ^b	,011	1	,917		
Likelihood Ratio	,164	1	,685		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,161	1	,689		
N of Valid Cases	46				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,67.

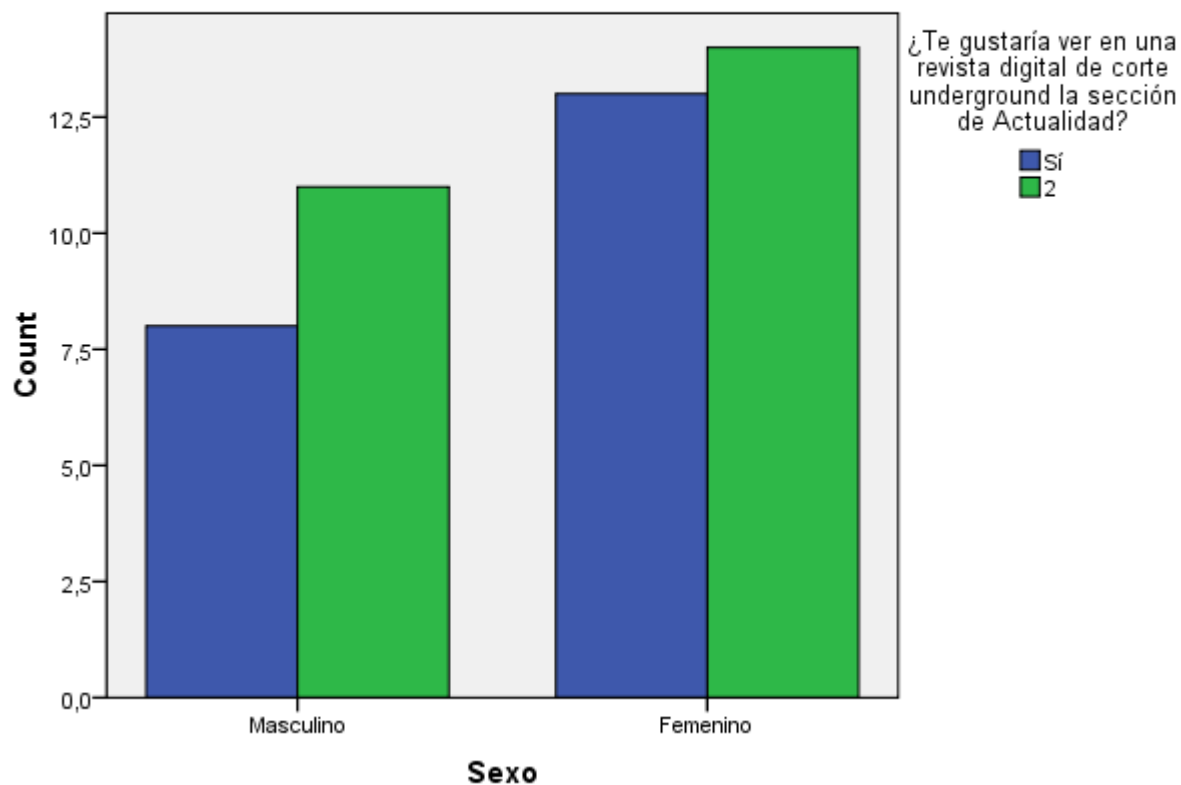
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,060	,685
	N of Valid Cases	46	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?			Total
		No	Sí	2	
Sexo	Masculino	0	12	7	19
	Femenino	4	21	2	27
	Total	4	33	9	46

ANEXOS K

Chi-Square Tests

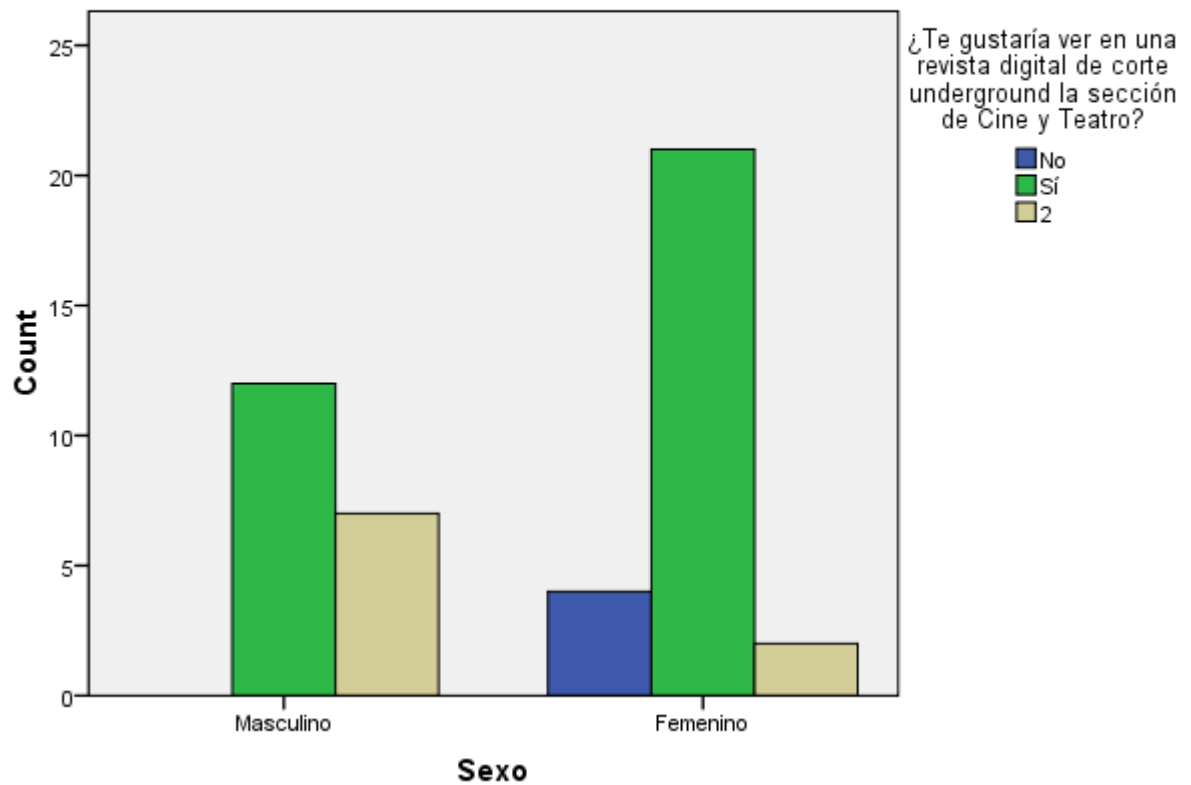
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,086 ^a	2	,018
Likelihood Ratio	9,575	2	,008
Linear-by-Linear Association	7,888	1	,005
N of Valid Cases	46		

a. 3 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,65.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,387	,018
	N of Valid Cases	46	

Bar Chart



ANEXOS K

Sexo * ¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

Crosstab

Count

		¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?				
		Semanal	Quincenal	Mensual	Bimestral	Total
Sexo	Masculino	7	5	7	0	19
	Femenino	7	7	11	2	27
	Total	14	12	18	2	46

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,888 ^a	3	,596
Likelihood Ratio	2,605	3	,457
Linear-by-Linear Association	1,141	1	,285
N of Valid Cases	46		

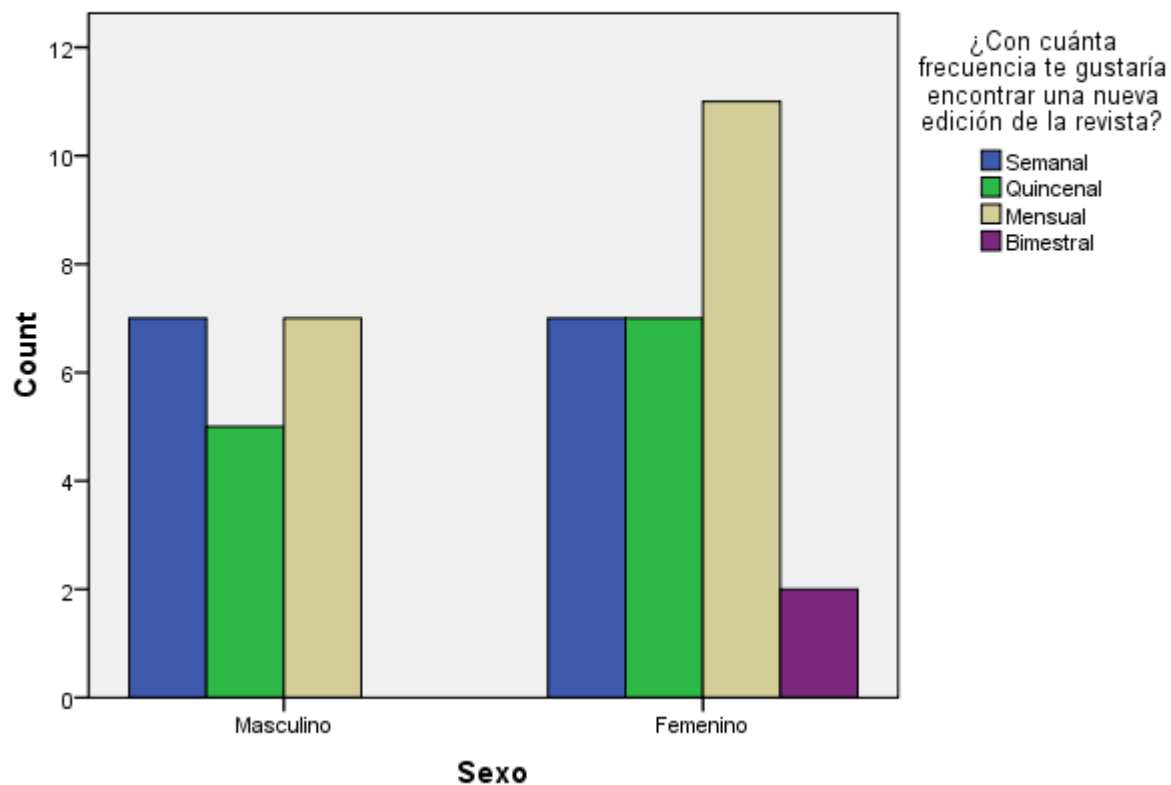
a. 3 cells (37,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,83.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,199	,596
N of Valid Cases		46	

ANEXOS K

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

Crosstab

		¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	15	4	19
	Femenino	22	5	27
	Total	37	9	46

ANEXOS K

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,046 ^a	1	,831	1,000	,559
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,045	1	,831		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,045	1	,833		
N of Valid Cases	46				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,72.

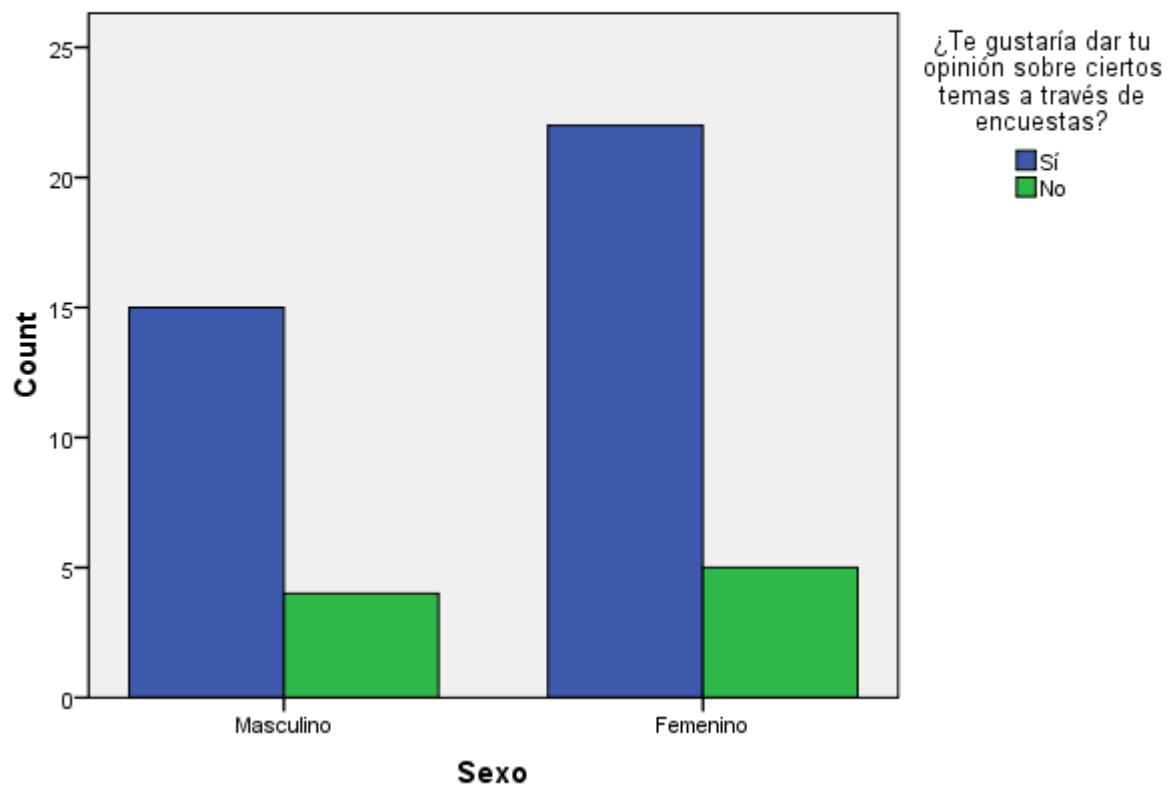
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,031	,831
	N of Valid Cases	46	

ANEXOS K

Bar Chart



ANEXOS L

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Sexo * ¿Qué tipo de revistas prefieres leer?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Posees Internet en tu casa?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Con qué frecuencia utilizas Internet?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Visitas páginas Web informativas?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Visitas páginas Web educativas?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Visitas redes sociales?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Visitas páginas Web culturales?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Visitas páginas Web corporativas?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Alguna vez has leído una revista digital?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	20	80,0%	5	20,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	20	80,0%	5	20,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	20	80,0%	5	20,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	21	84,0%	4	16,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	21	84,0%	4	16,0%	25	100,0%

ANEXOS L

Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	21	84,0%	4	16,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Conoces el término Underground?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Te identificas con este estilo?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿No has asistido a ninguno?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Leerías una revista digital de corte underground?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?	22	88,0%	3	12,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?	22	88,0%	3	12,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?	22	88,0%	3	12,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?	22	88,0%	3	12,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?	22	88,0%	3	12,0%	25	100,0%

ANEXOS L

Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?	22	88,0%	3	12,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?	22	88,0%	3	12,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?	22	88,0%	3	12,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?	22	88,0%	3	12,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?	22	88,0%	3	12,0%	25	100,0%

Sexo * ¿Qué tipo de revistas prefieres leer?

Crosstab

Count

		¿Qué tipo de revistas prefieres leer?			
		Especializadas	Variedades	Deportivas	De Actualidad
Sexo	Masculino	2	1	10	2
	Femenino	2	4	1	2
	Total	4	5	11	4

Crosstab

Count

	¿Qué tipo de revistas prefieres leer?	
	Juveniles	Total

ANEXOS L

Sexo	Masculino	0	15
	Femenino	1	10
	Total	1	25

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,545 ^a	4	,049
Likelihood Ratio	10,854	4	,028
Linear-by-Linear Association	,355	1	,551
N of Valid Cases	25		

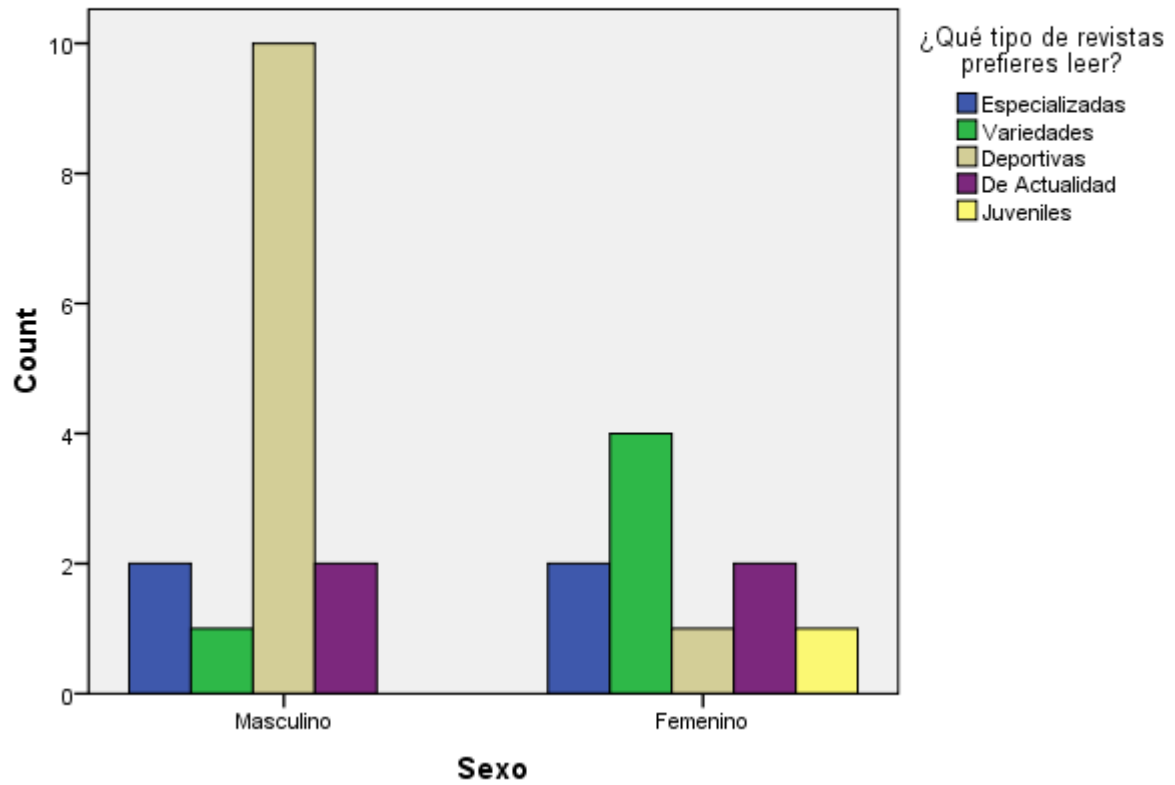
a. 9 cells (90,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,40.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,526	,049
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Posees Internet en tu casa?

Crosstab

		¿Posees Internet en tu casa?	
		Sí	Total
Sexo	Masculino	15	15
	Femenino	10	10
	Total	25	25

ANEXOS L

Chi-Square Tests

	Value
Pearson Chi-Square	. ^a
N of Valid Cases	25

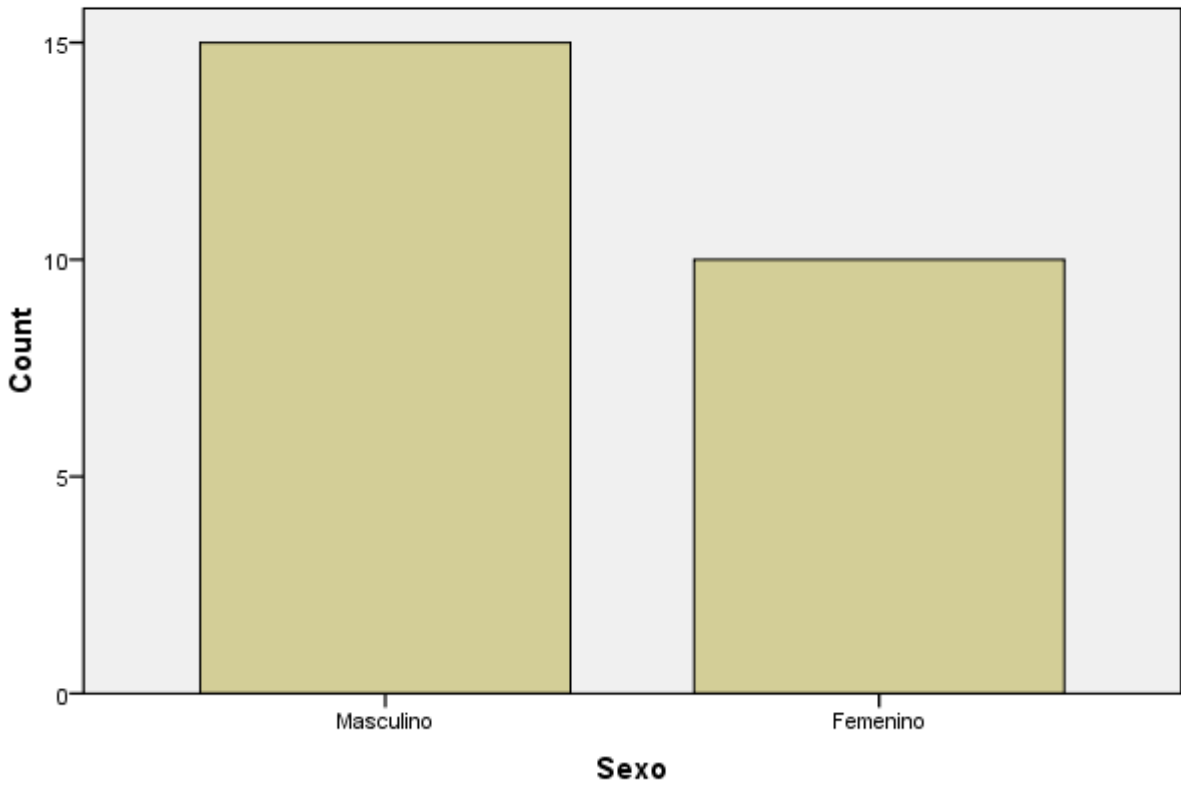
a. No statistics are computed because ¿Posees Internet en tu casa? is a constant.

Symmetric Measures

	Value
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	. ^a
N of Valid Cases	25

a. No statistics are computed because ¿Posees Internet en tu casa? is a constant.

Bar Chart



ANEXOS L

Sexo * ¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

Crosstab

Count

		¿Con qué frecuencia utilizas Internet?		Total
		Diariamente	De 2 a 4 días a la semana	
Sexo	Masculino	15	0	15
	Femenino	9	1	10
	Total	24	1	25

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,563 ^a	1	,211	,400	,400
Continuity Correction ^b	,043	1	,835		
Likelihood Ratio	1,896	1	,169		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	1,500	1	,221		
N of Valid Cases	25				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,40.

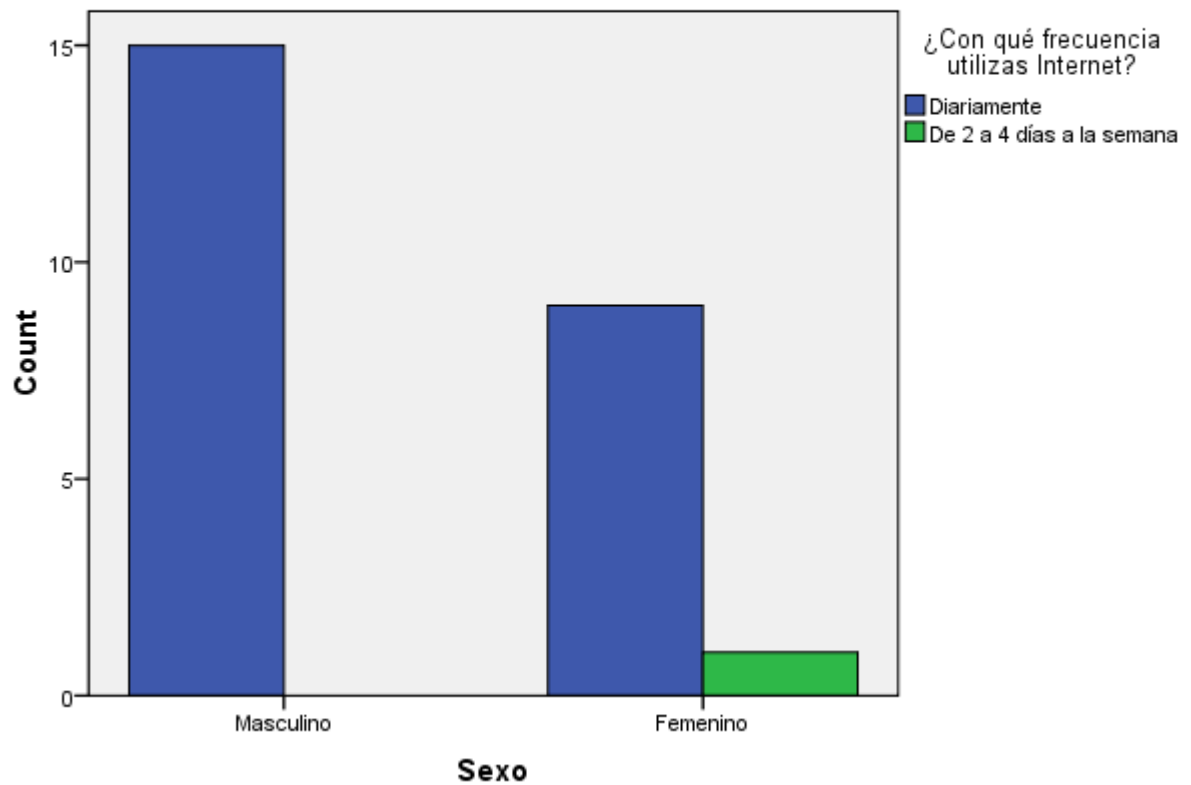
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,243	,211
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Visitas páginas Web informativas?

Crosstab

		¿Visitas páginas Web informativas?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	11	4	15
	Femenino	7	3	10
	Total	18	7	25

ANEXOS L

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,033 ^a	1	,856	1,000	,601
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,033	1	,856		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,032	1	,859		
N of Valid Cases	25				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,80.

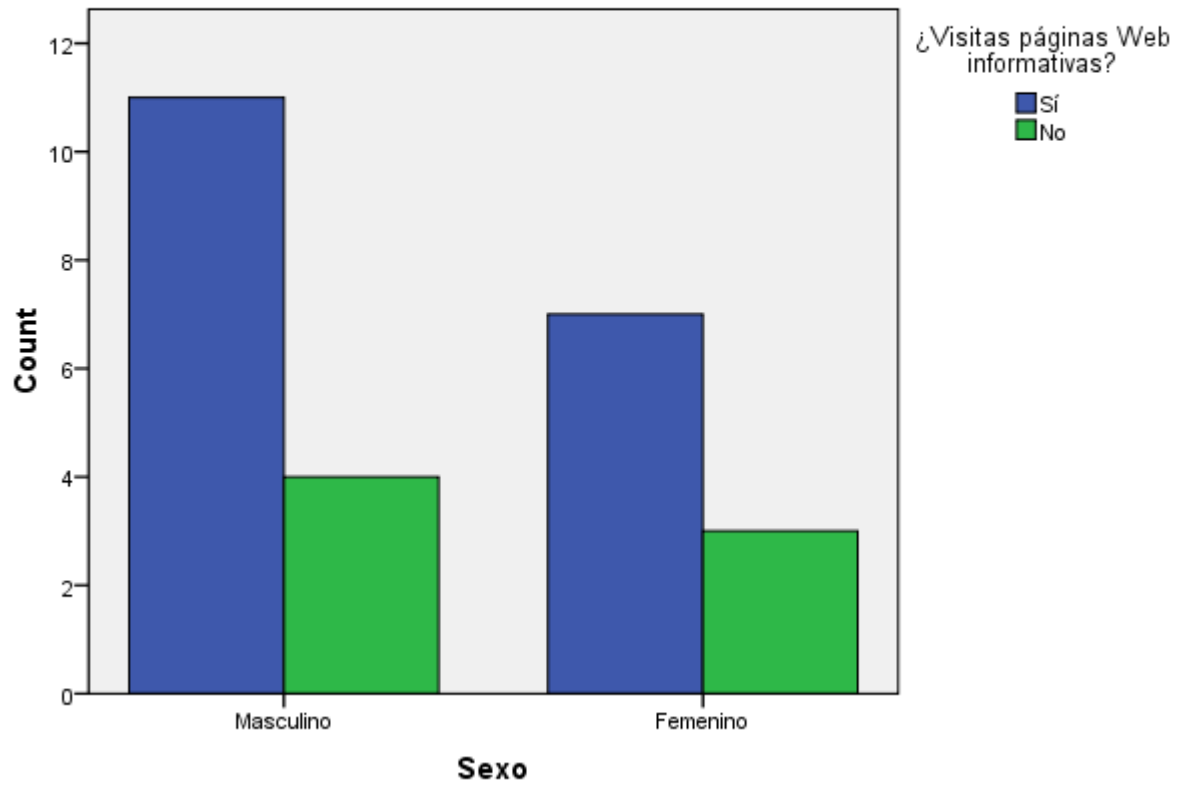
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,036	,856
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Visitas páginas Web educativas?

Crosstab

		¿Visitas páginas Web educativas?		
		Sí	No	Total
Sexo	Masculino	7	8	15
	Femenino	2	8	10
	Total	9	16	25

Chi-Square Tests

ANEXOS L

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,852 ^a	1	,174	,229	,176
Continuity Correction ^b	,875	1	,349		
Likelihood Ratio	1,935	1	,164		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	1,778	1	,182		
N of Valid Cases	25				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,60.

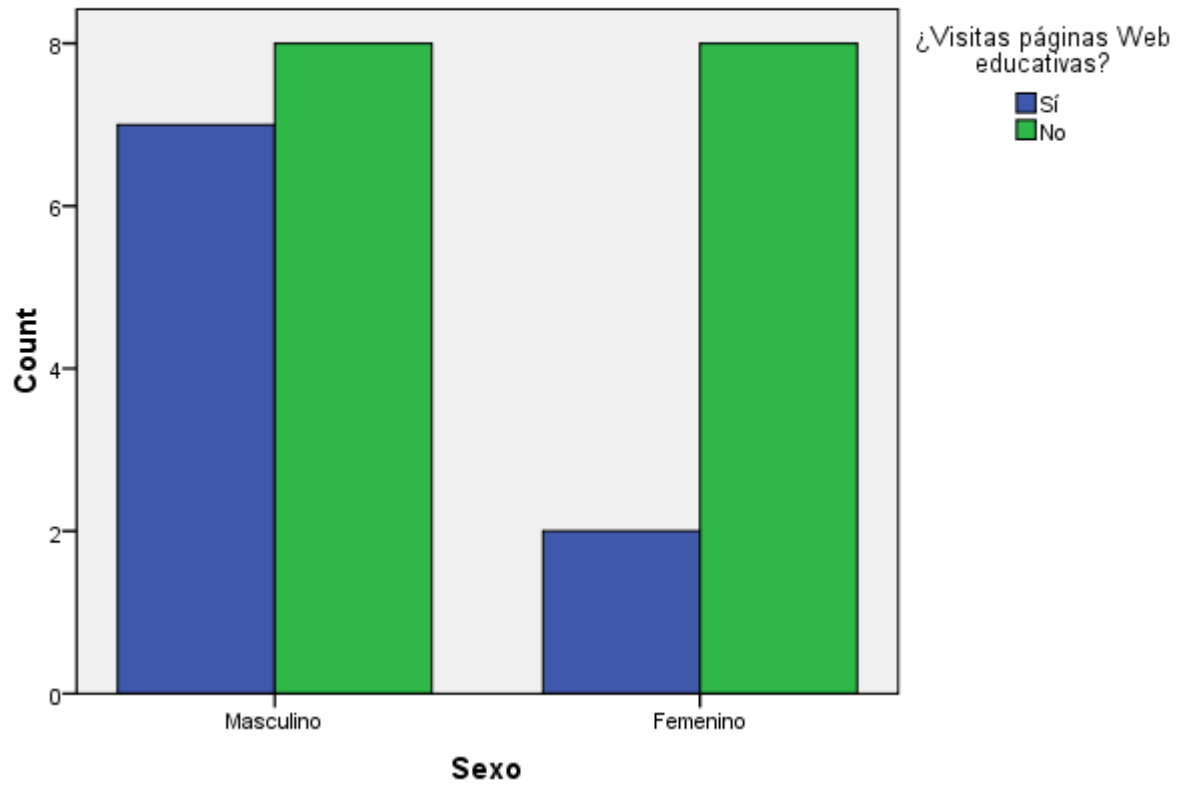
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,263	,174
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Visitas redes sociales?

Crosstab

		¿Visitas redes sociales?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	11	4	15
	Femenino	10	0	10
	Total	21	4	25

Chi-Square Tests

ANEXOS L

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	3,175 ^a	1	,075	,125	,108
Continuity Correction ^b	1,500	1	,221		
Likelihood Ratio	4,586	1	,032		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	3,048	1	,081		
N of Valid Cases	25				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,60.

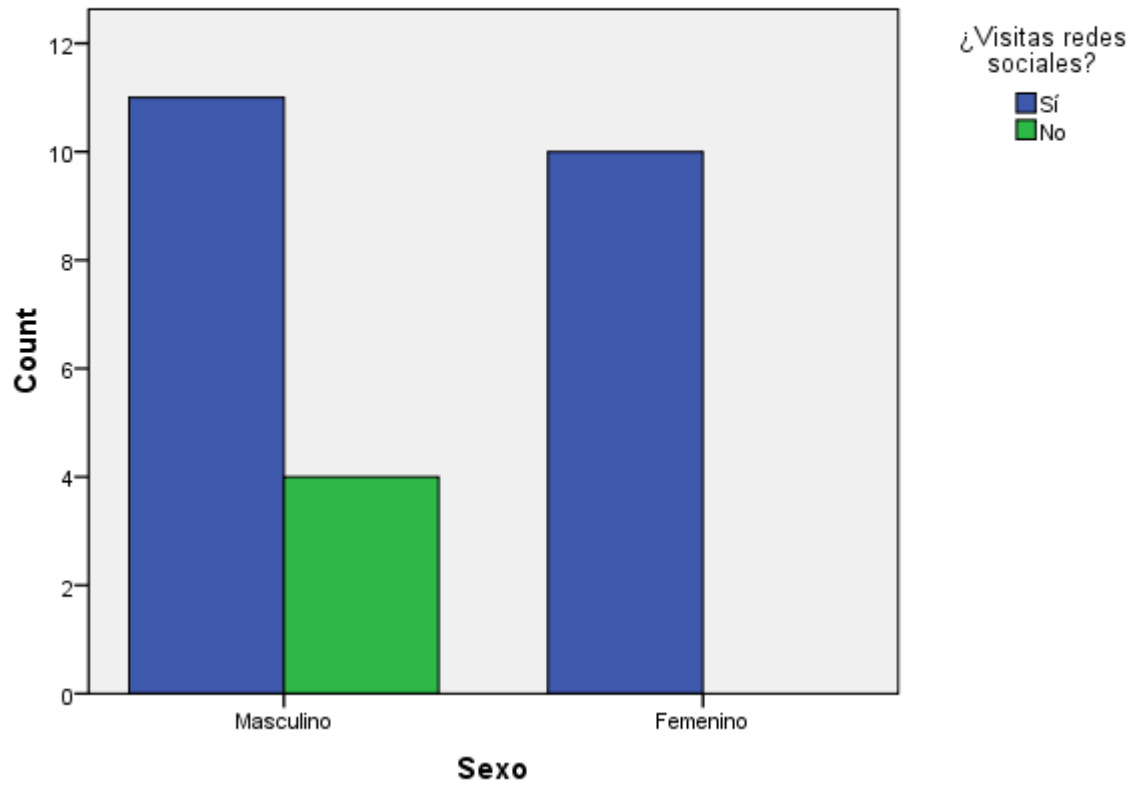
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,336	,075
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Visitas páginas Web culturales?

Crosstab

		¿Visitas páginas Web culturales?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	3	12	15
	Femenino	5	5	10
	Total	8	17	25

Chi-Square Tests

ANEXOS L

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,482 ^a	1	,115	,194	,128
Continuity Correction ^b	1,294	1	,255		
Likelihood Ratio	2,468	1	,116		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	2,382	1	,123		
N of Valid Cases	25				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,20.

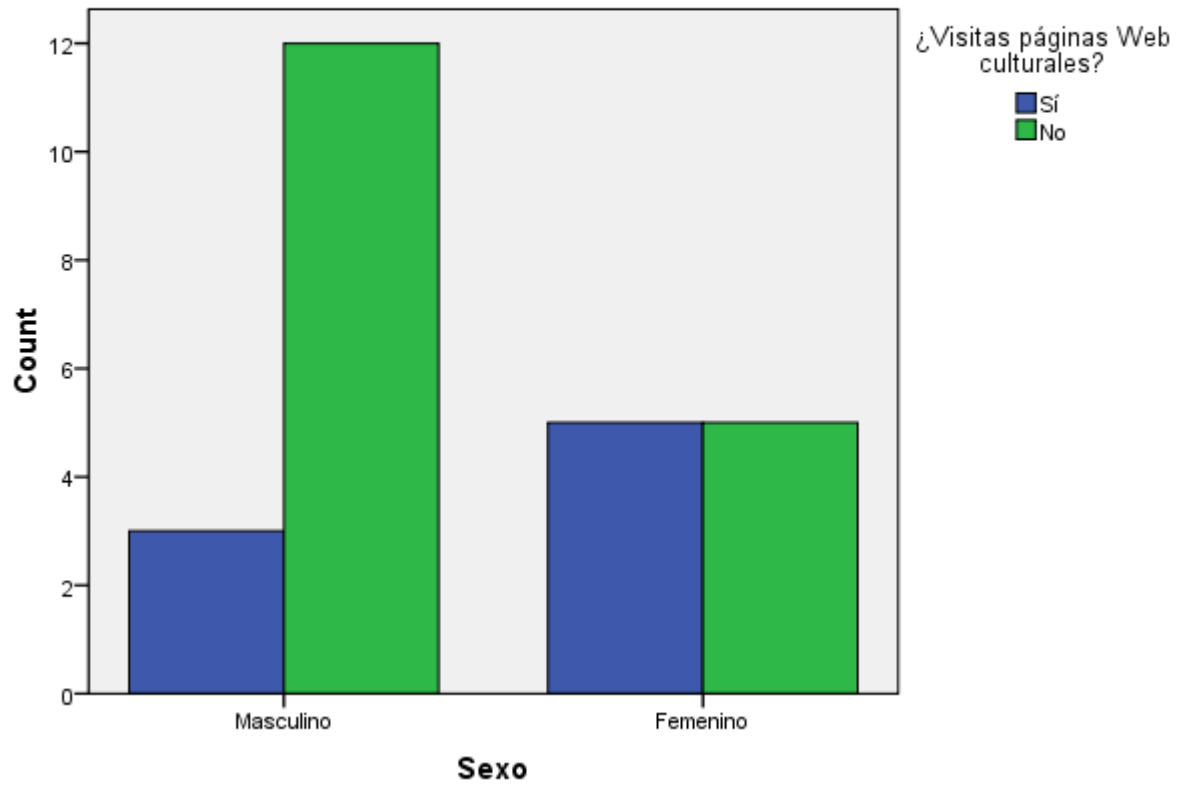
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,301	,115
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Visitas páginas Web corporativas?

Crosstab

		¿Visitas páginas Web corporativas?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	4	11	15
	Femenino	1	9	10
	Total	5	20	25

ANEXOS L

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,042 ^a	1	,307	,615	,313
Continuity Correction ^b	,260	1	,610		
Likelihood Ratio	1,121	1	,290		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	1,000	1	,317		
N of Valid Cases	25				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,00.

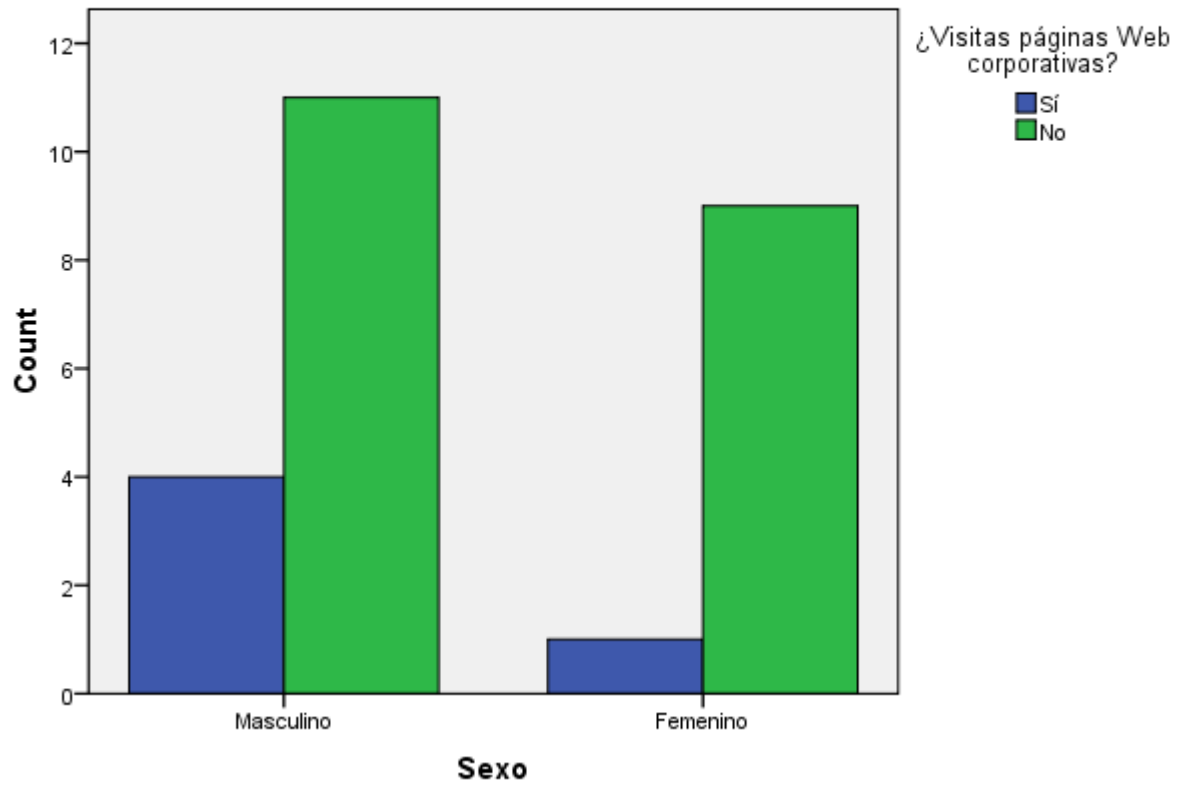
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,200	,307
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Alguna vez has leído una revista digital?

Crosstab

		¿Alguna vez has leído una revista digital?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	8	7	15
	Femenino	2	8	10
	Total	10	15	25

ANEXOS L

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,778 ^a	1	,096	,211	,105
Continuity Correction ^b	1,563	1	,211		
Likelihood Ratio	2,915	1	,088		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	2,667	1	,102		
N of Valid Cases	25				

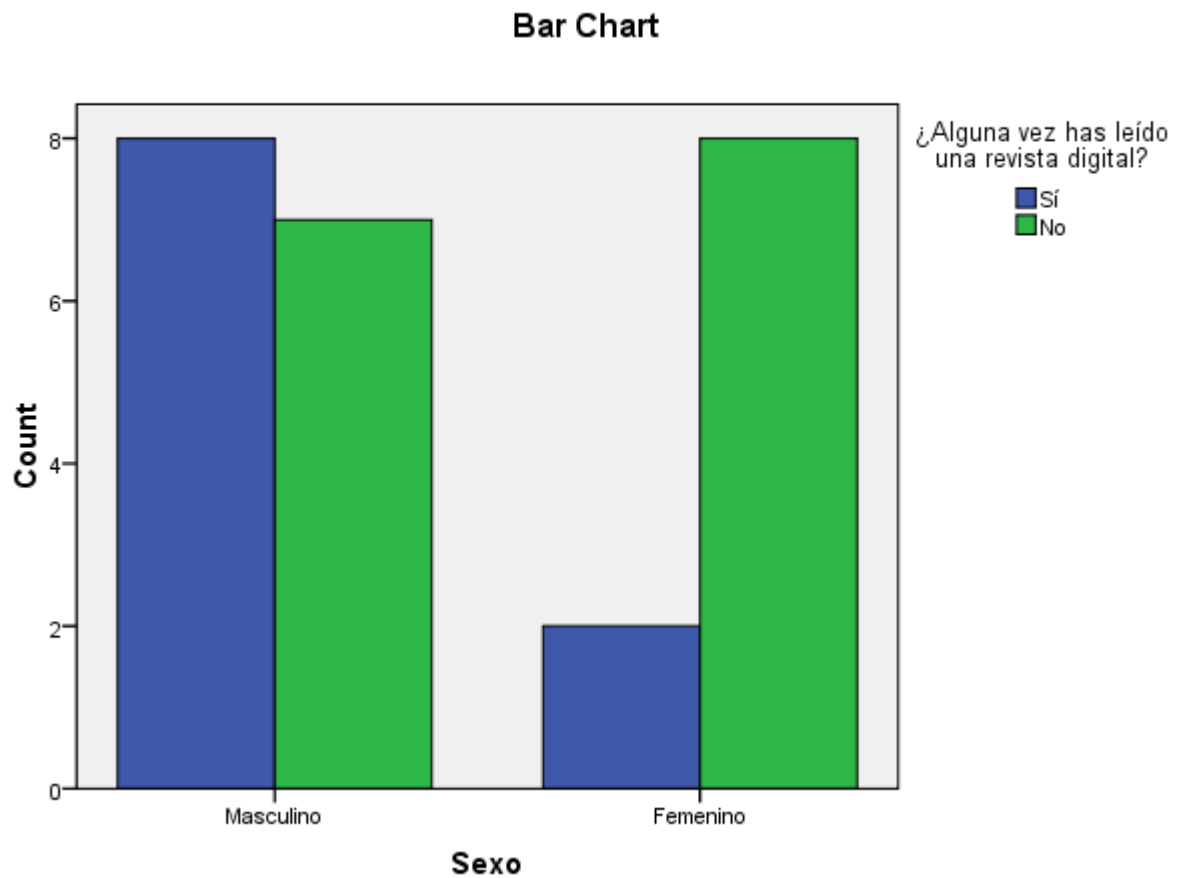
a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,00.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,316	,096
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS L



Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

Crosstab

		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	6	5	11
	Femenino	3	6	9
	Total	9	11	20

ANEXOS L

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,900 ^a	1	,343	,406	,311
Continuity Correction ^b	,247	1	,619		
Likelihood Ratio	,910	1	,340		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,855	1	,355		
N of Valid Cases	20				

a. 3 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,05.

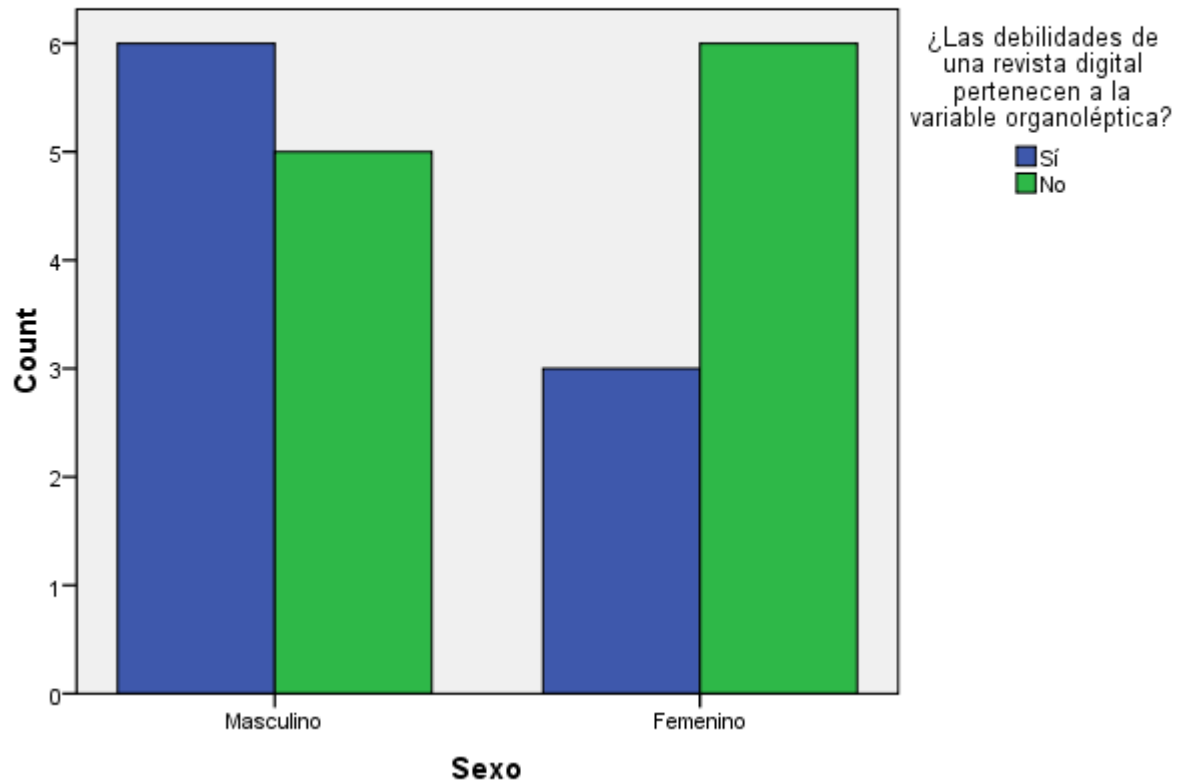
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,208	,343
	N of Valid Cases	20	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

Crosstab

Count

		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	5	6	11
	Femenino	3	6	9
	Total	8	12	20

ANEXOS L

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,303 ^a	1	,582	,670	,465
Continuity Correction ^b	,008	1	,927		
Likelihood Ratio	,305	1	,581		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,288	1	,592		
N of Valid Cases	20				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,60.

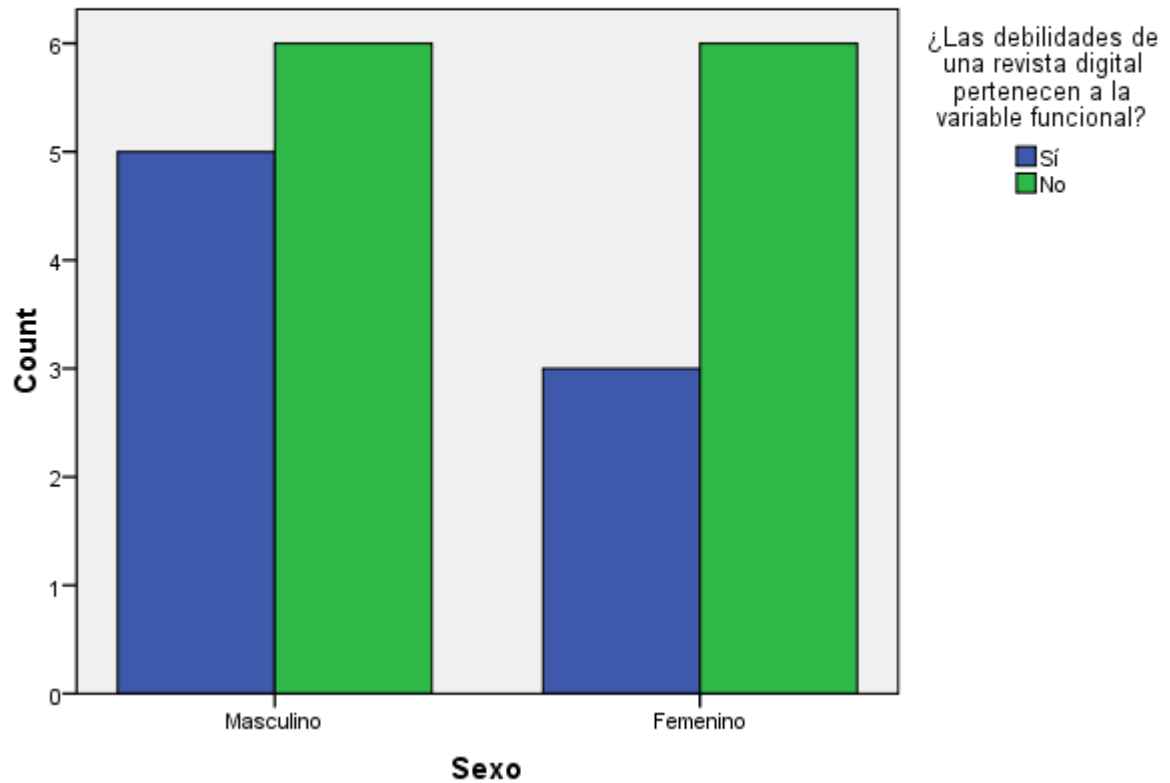
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,122	,582
	N of Valid Cases	20	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

Crosstab

Count

		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?			Total
		0	Sí	No	
Sexo	Masculino	1	0	10	11
	Femenino	0	3	6	9
	Total	1	3	16	20

ANEXOS L

Chi-Square Tests

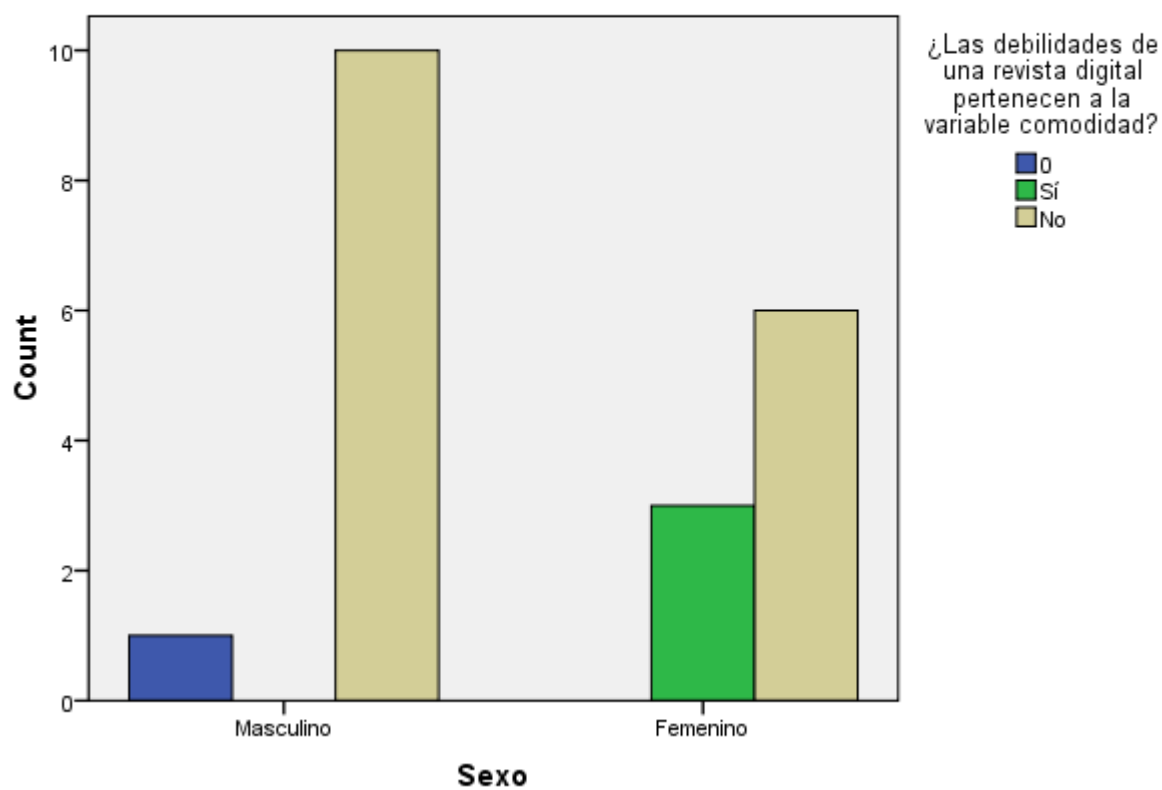
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,848 ^a	2	,089
Likelihood Ratio	6,356	2	,042
Linear-by-Linear Association	,375	1	,540
N of Valid Cases	20		

a. 4 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,45.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,442	,089
	N of Valid Cases	20	

Bar Chart



ANEXOS L

Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

Crosstab

Count

		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	
		No	Total
Sexo	Masculino	12	12
	Femenino	9	9
	Total	21	21

Chi-Square Tests

	Value
Pearson Chi-Square	a
N of Valid Cases	21

a. No statistics are computed because ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica? is a constant.

Symmetric Measures

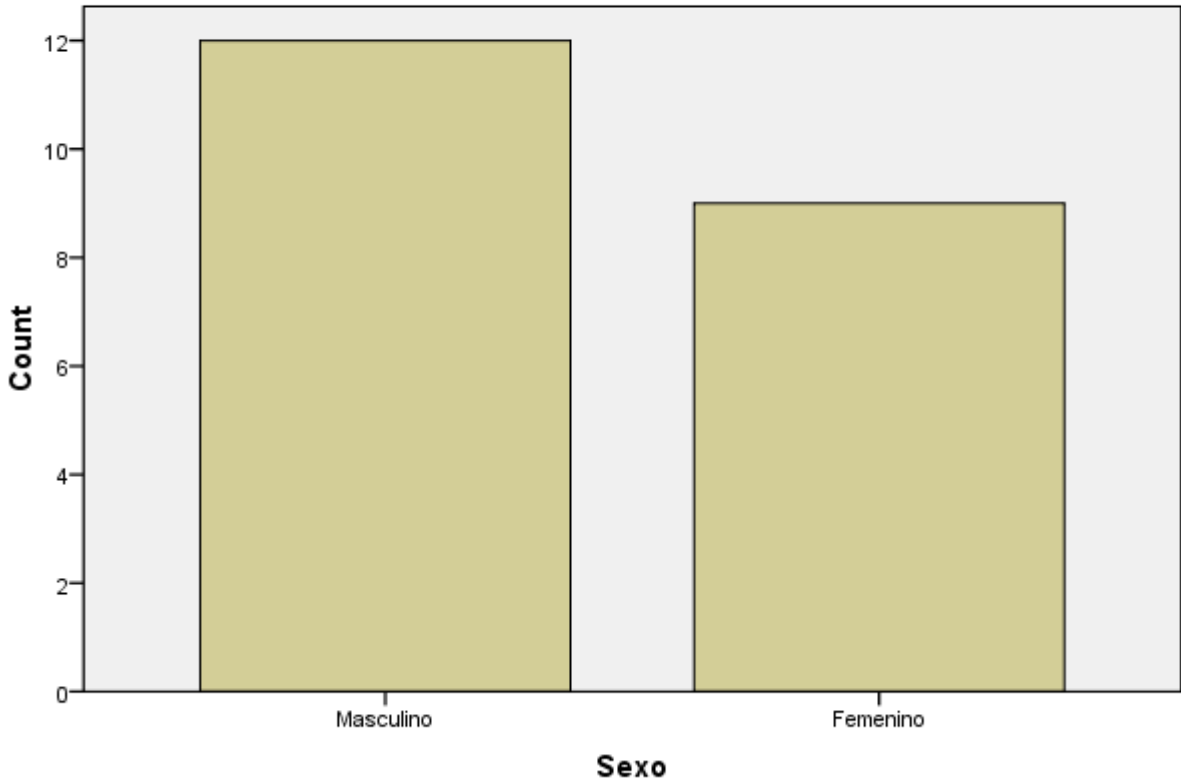
		Value
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	a
	N of Valid Cases	21

ANEXOS L

Symmetric Measures		Value
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.a
	N of Valid Cases	21

a. No statistics are computed because ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica? is a constant.

Bar Chart



Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

Crosstab

Count

ANEXOS L

		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?		
		Sí	No	Total
Sexo	Masculino	10	2	12
	Femenino	6	3	9
	Total	16	5	21

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,788 ^a	1	,375	,611	,353
Continuity Correction ^b	,137	1	,712		
Likelihood Ratio	,782	1	,377		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,750	1	,386		
N of Valid Cases	21				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,14.

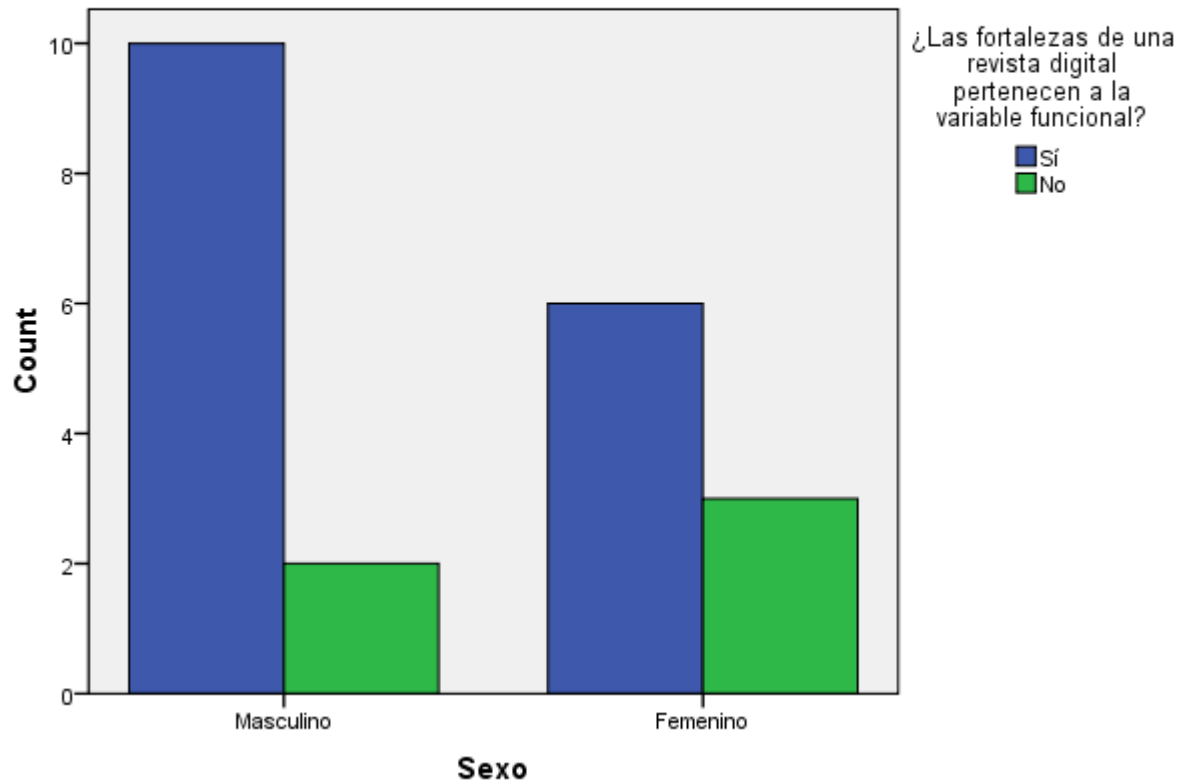
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,190	,375
N of Valid Cases		21	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

Crosstab

Count

		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	4	8	12
	Femenino	3	6	9
	Total	7	14	21

ANEXOS L

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,000 ^a	1	1,000	1,000	,676
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,000	1	1,000		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,000	1	1,000		
N of Valid Cases	21				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,00.

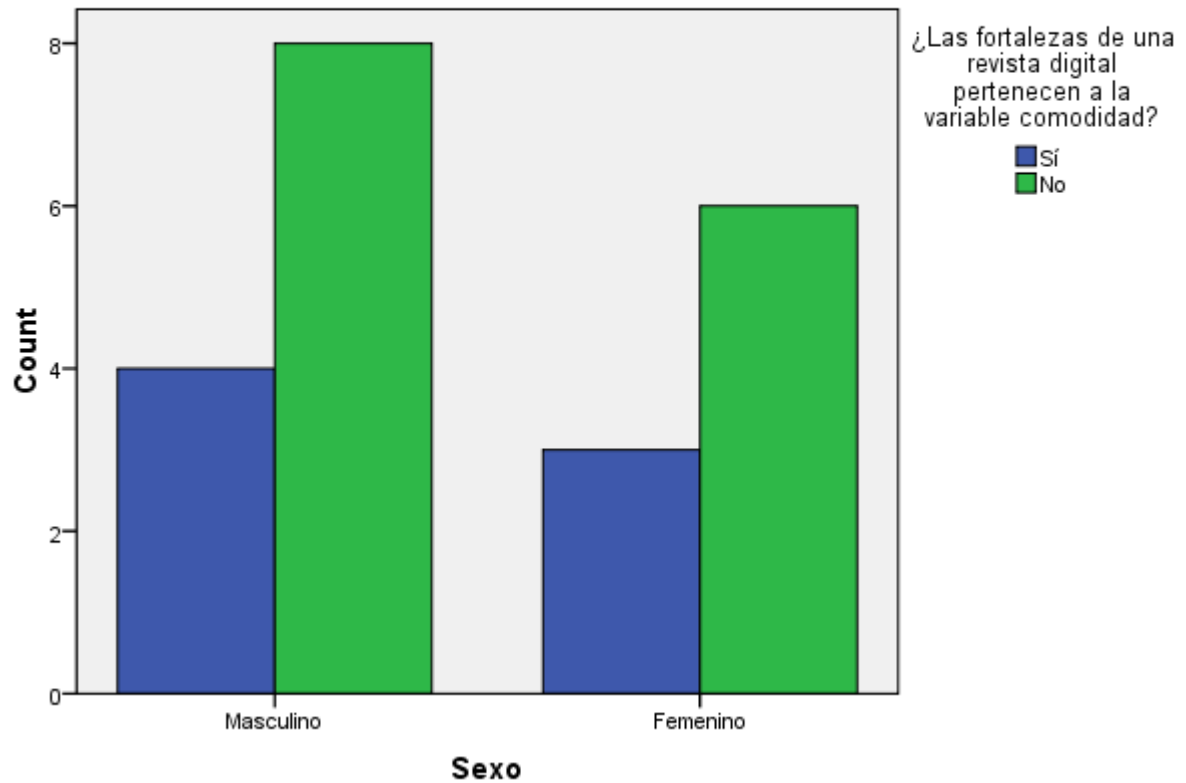
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,000	1,000
	N of Valid Cases	21	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Conoces el término Underground?

Crosstab

		¿Conoces el término Underground?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	15	0	15
	Femenino	8	2	10
	Total	23	2	25

ANEXOS L

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	3,261 ^a	1	,071	,150	,150
Continuity Correction ^b	1,110	1	,292		
Likelihood Ratio	3,930	1	,047		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	3,130	1	,077		
N of Valid Cases	25				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,80.

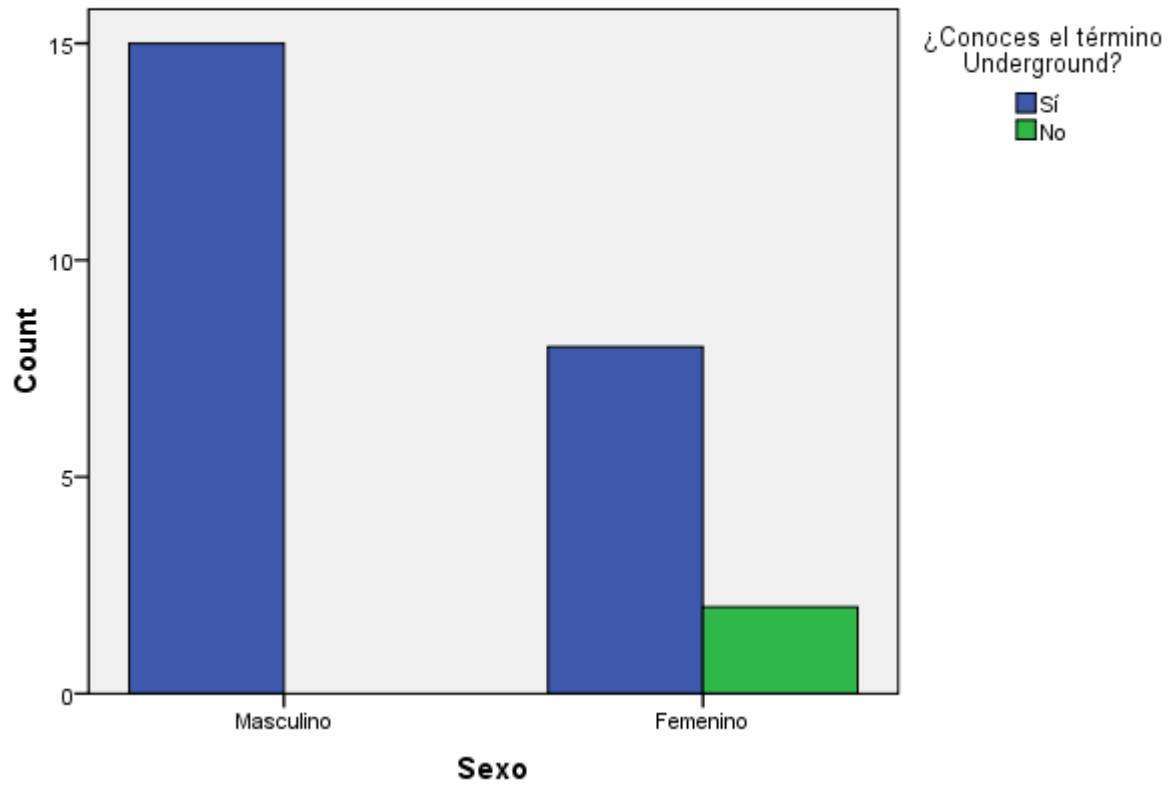
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,340	,071
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Te identificas con este estilo?

Crosstab

		¿Te identificas con este estilo?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	6	9	15
	Femenino	3	7	10
	Total	9	16	25

Chi-Square Tests

ANEXOS L

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,260 ^a	1	,610	,691	,470
Continuity Correction ^b	,007	1	,932		
Likelihood Ratio	,263	1	,608		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,250	1	,617		
N of Valid Cases	25				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,60.

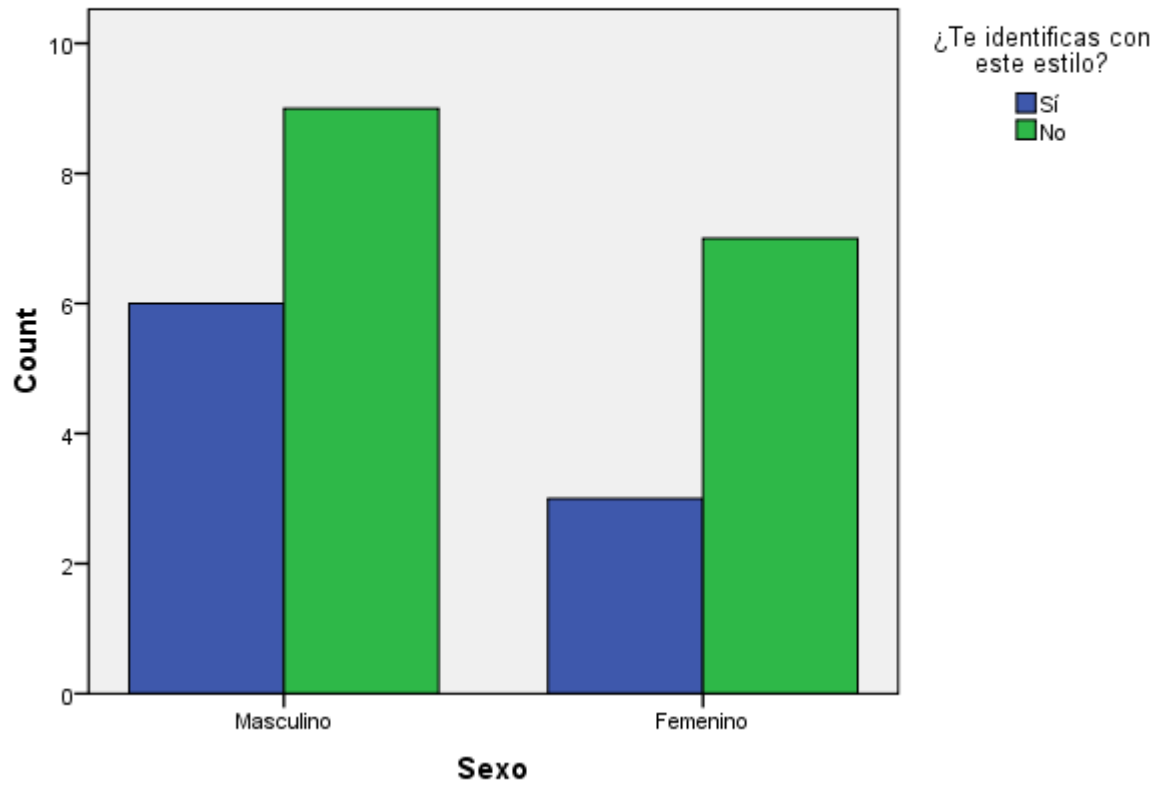
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,102	,610
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

Crosstab

		¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	11	4	15
	Femenino	5	5	10
	Total	16	9	25

ANEXOS L

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,418 ^a	1	,234	,397	,222
Continuity Correction ^b	,586	1	,444		
Likelihood Ratio	1,411	1	,235		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	1,361	1	,243		
N of Valid Cases	25				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,60.

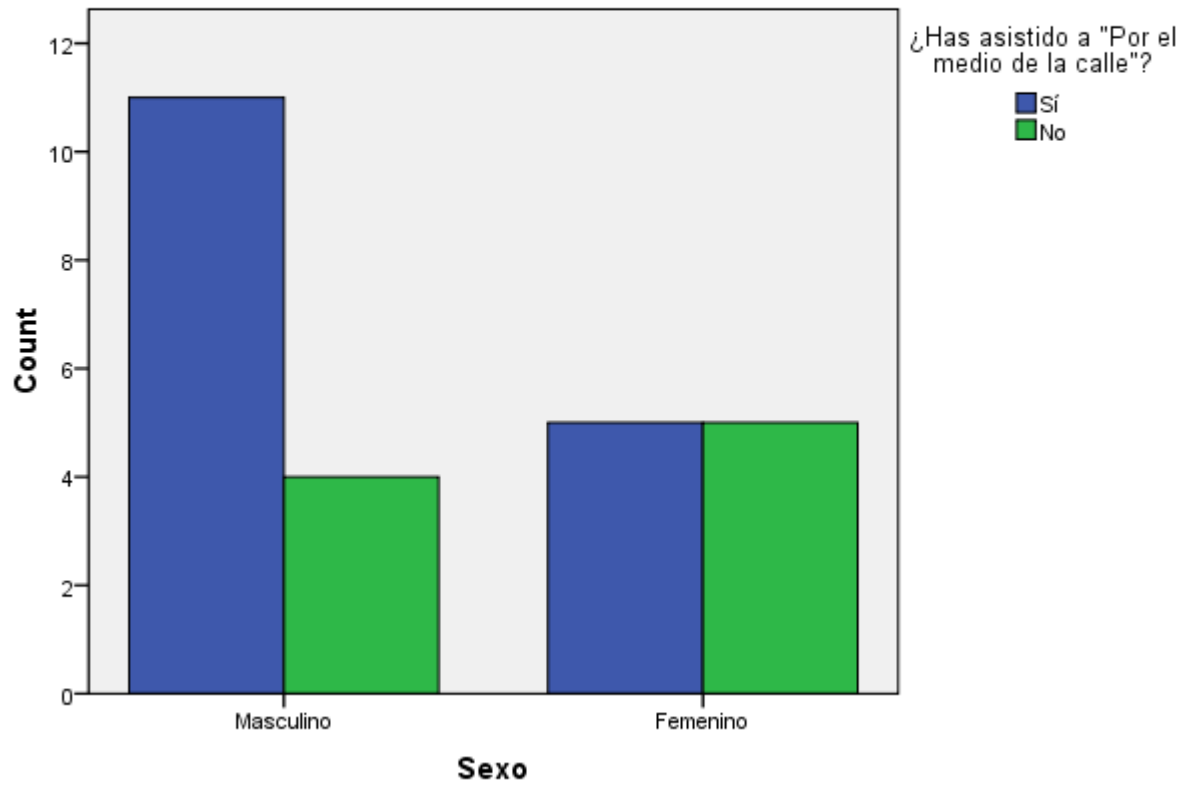
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,232	,234
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

Crosstab

		¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	9	6	15
	Femenino	5	5	10
	Total	14	11	25

ANEXOS L

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,244 ^a	1	,622	,697	,466
Continuity Correction ^b	,007	1	,934		
Likelihood Ratio	,243	1	,622		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,234	1	,629		
N of Valid Cases	25				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,40.

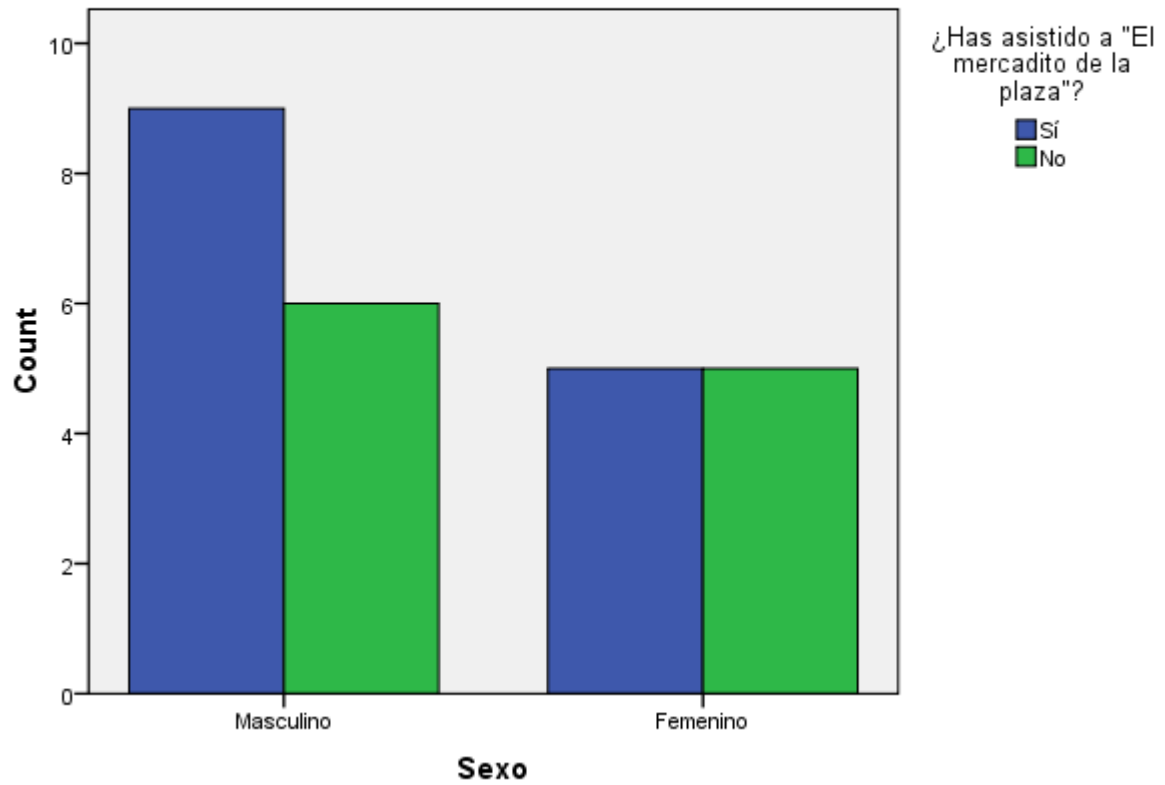
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,098	,622
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?

Crosstab

		¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	8	7	15
	Femenino	4	6	10
	Total	12	13	25

ANEXOS L

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,427 ^a	1	,513	,688	,404
Continuity Correction ^b	,060	1	,806		
Likelihood Ratio	,429	1	,512		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,410	1	,522		
N of Valid Cases	25				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,80.

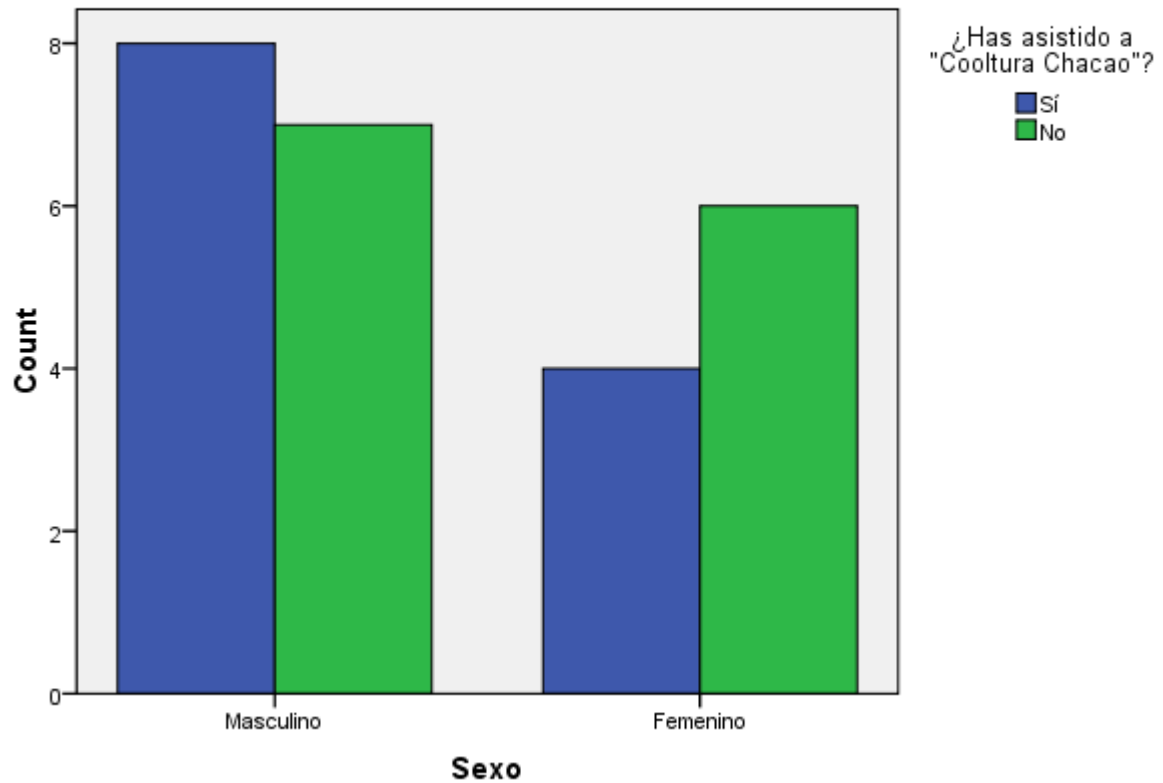
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,130	,513
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

Crosstab

		¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	1	14	15
	Femenino	0	10	10
	Total	1	24	25

ANEXOS L

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,694 ^a	1	,405	1,000	,600
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	1,049	1	,306		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,667	1	,414		
N of Valid Cases	25				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,40.

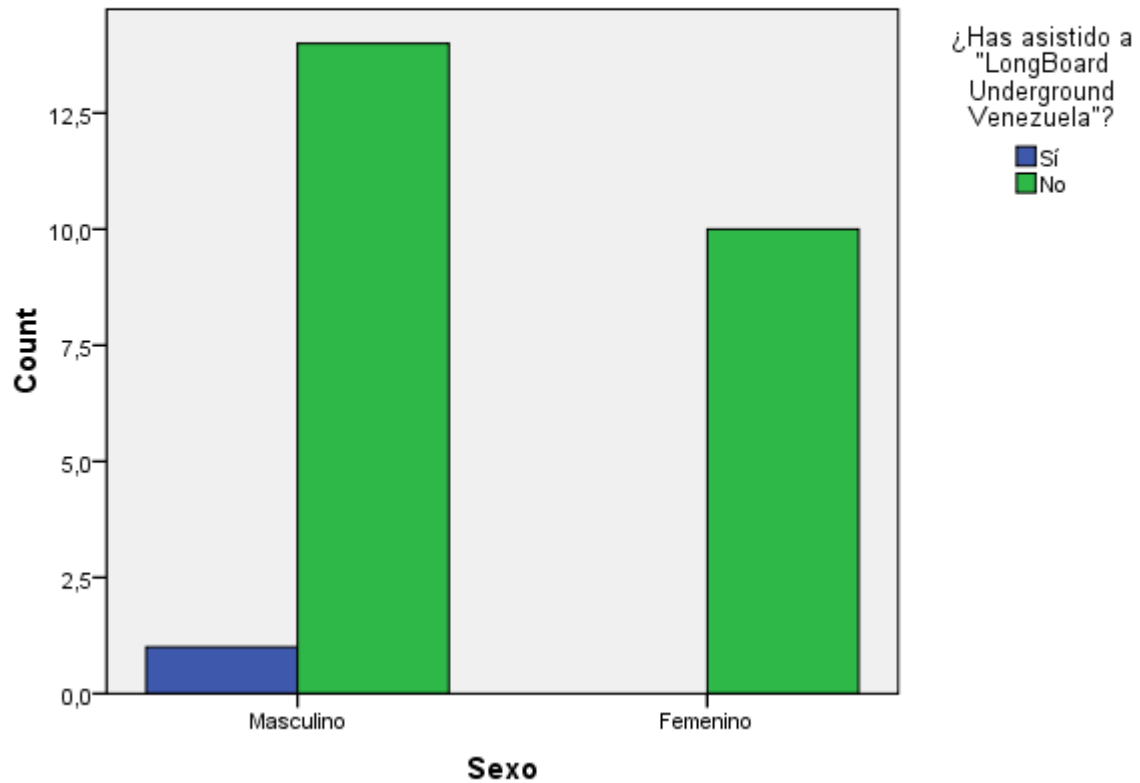
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,164	,405
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿No has asistido a ninguno?

Crosstab

		¿No has asistido a ninguno?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	3	12	15
	Femenino	4	6	10
	Total	7	18	25

Chi-Square Tests

ANEXOS L

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,190 ^a	1	,275		
Continuity Correction ^b	,405	1	,524		
Likelihood Ratio	1,175	1	,278		
Fisher's Exact Test				,378	,261
Linear-by-Linear Association	1,143	1	,285		
N of Valid Cases	25				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,80.

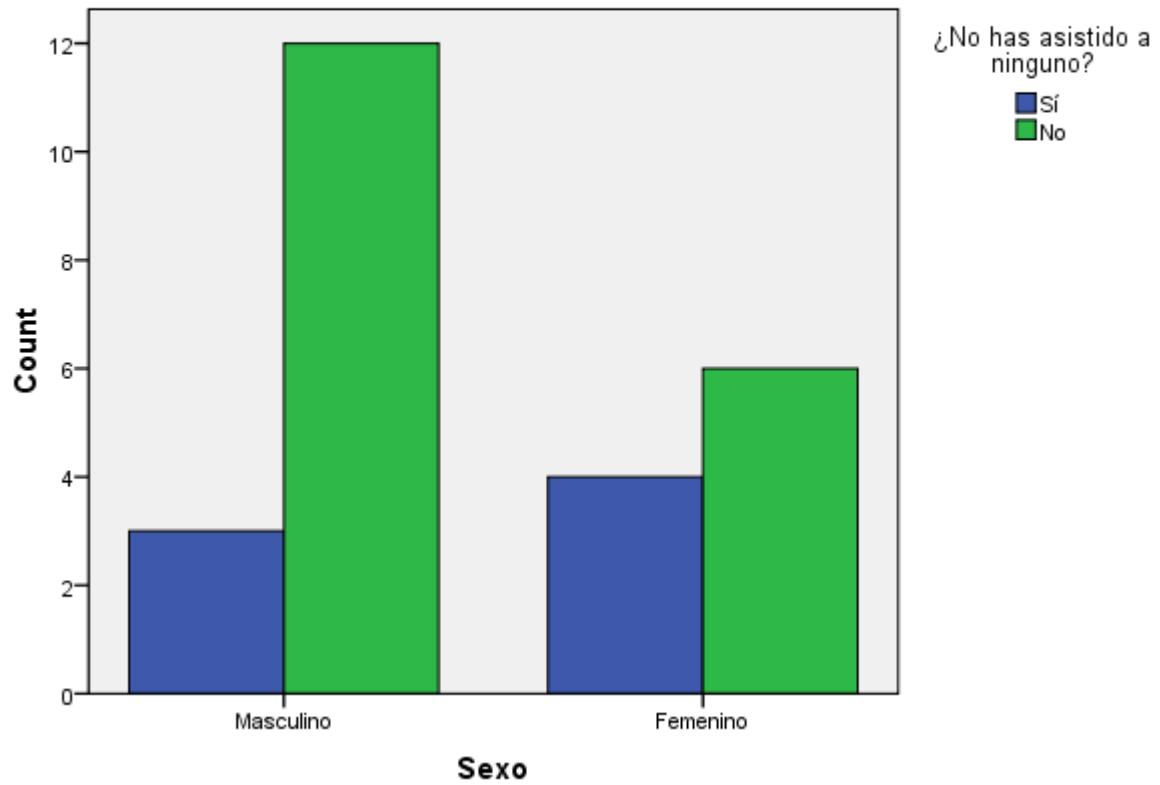
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,213	,275
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Leerías una revista digital de corte underground?

Crosstab

		¿Leerías una revista digital de corte underground?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	13	2	15
	Femenino	9	1	10
	Total	22	3	25

ANEXOS L

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,063 ^a	1	,802	1,000	,654
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,064	1	,800		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,061	1	,806		
N of Valid Cases	25				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,20.

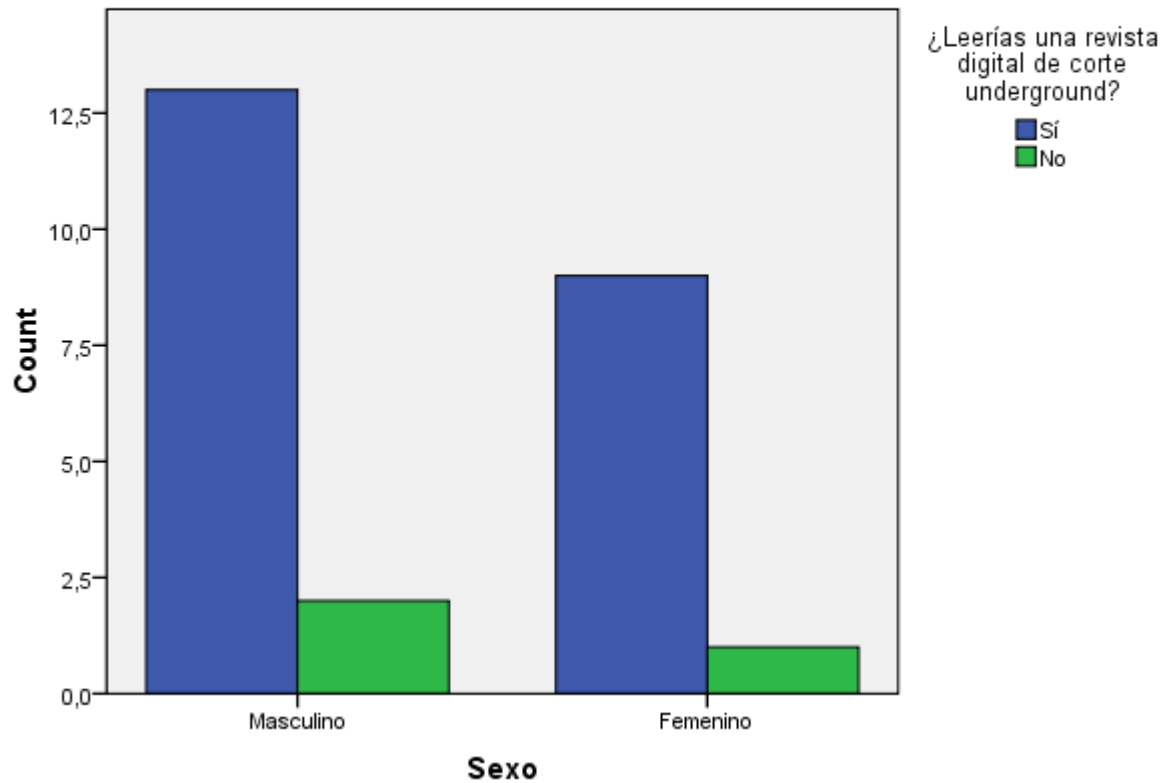
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,050	,802
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	10	3	13
	Femenino	7	2	9
	Total	17	5	22

ANEXOS L

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,002 ^a	1	,962	1,000	,684
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,002	1	,962		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,002	1	,963		
N of Valid Cases	22				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,05.

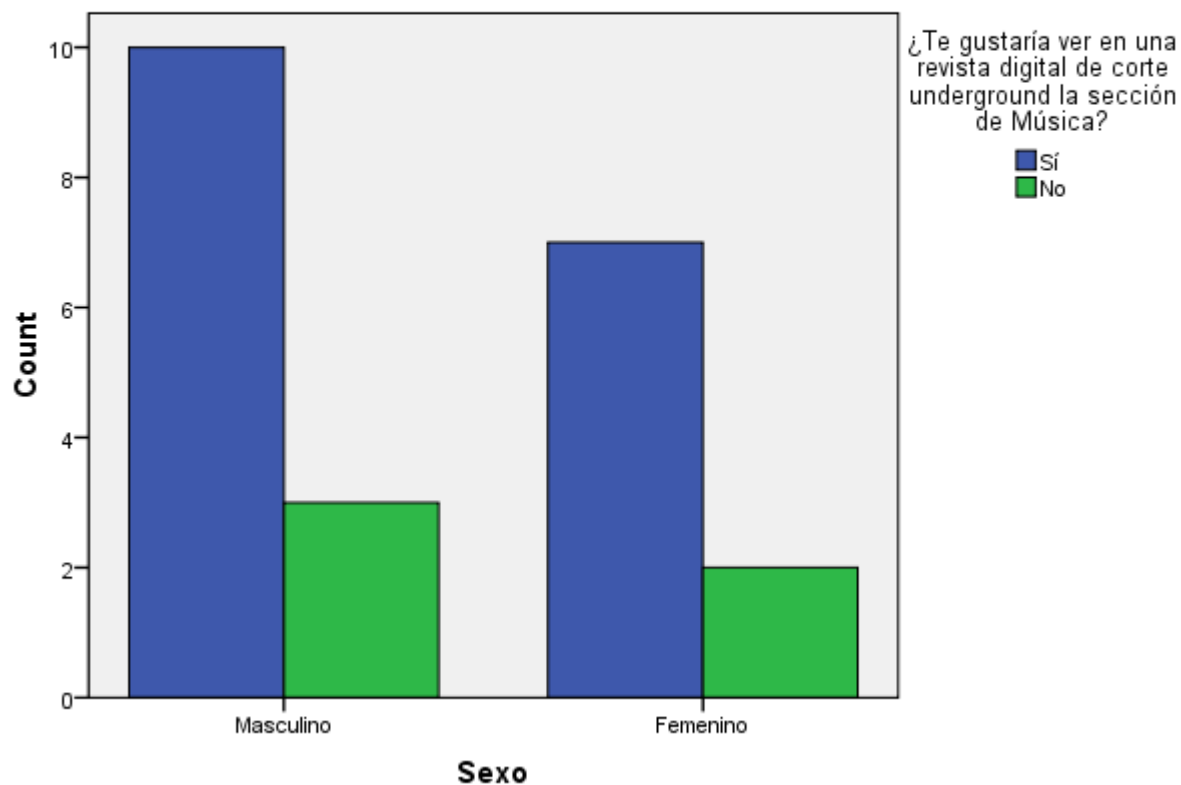
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,010	,962
	N of Valid Cases	22	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?			Total
		0	Sí	No	
Sexo	Masculino	0	9	4	13
	Femenino	1	5	3	9
	Total	1	14	7	22

ANEXOS L

Chi-Square Tests

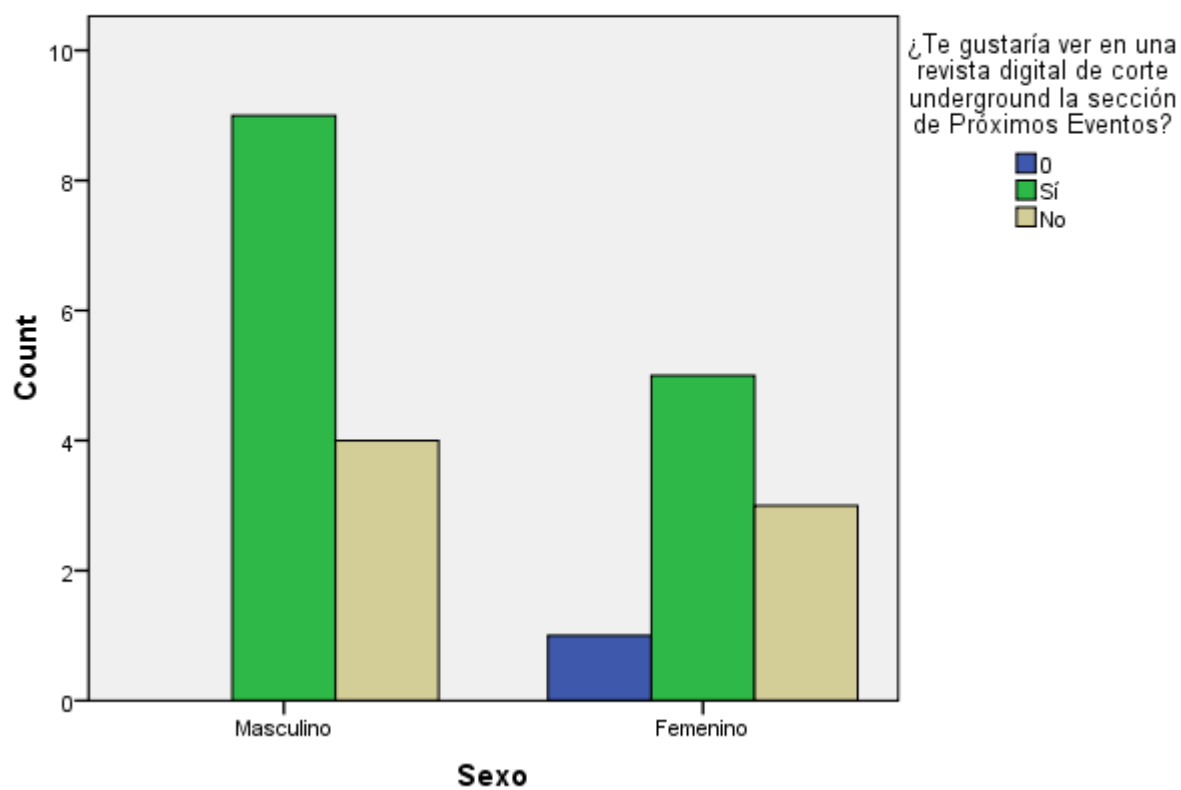
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,612 ^a	2	,447
Likelihood Ratio	1,957	2	,376
Linear-by-Linear Association	,128	1	,720
N of Valid Cases	22		

a. 4 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,41.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,261	,447
	N of Valid Cases	22	

Bar Chart



ANEXOS L

Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?		
		Sí	No	Total
Sexo	Masculino	5	8	13
	Femenino	2	7	9
	Total	7	15	22

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,646 ^a	1	,421	,648	,372
Continuity Correction ^b	,115	1	,735		
Likelihood Ratio	,664	1	,415		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,617	1	,432		
N of Valid Cases	22				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,86.

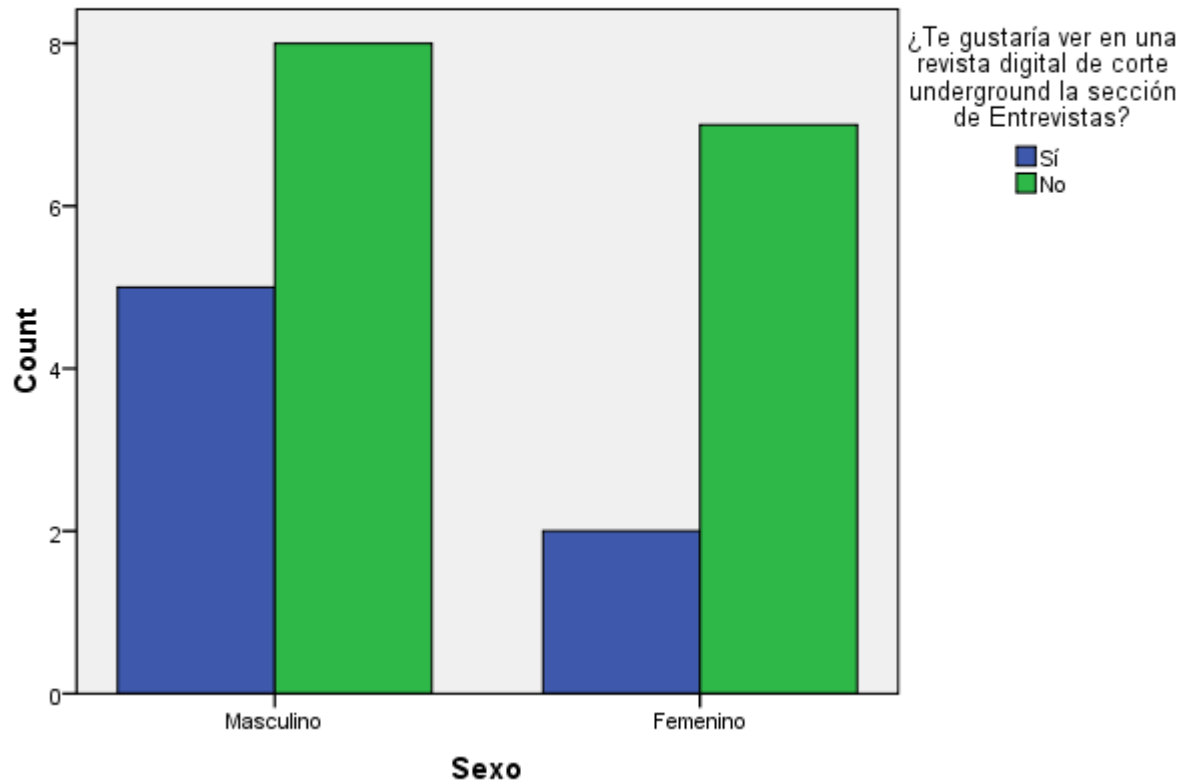
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,169	,421
N of Valid Cases		22	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	12	1	13
	Femenino	9	0	9
	Total	21	1	22

ANEXOS L

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,725 ^a	1	,394	1,000	,591
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	1,085	1	,298		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,692	1	,405		
N of Valid Cases	22				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,41.

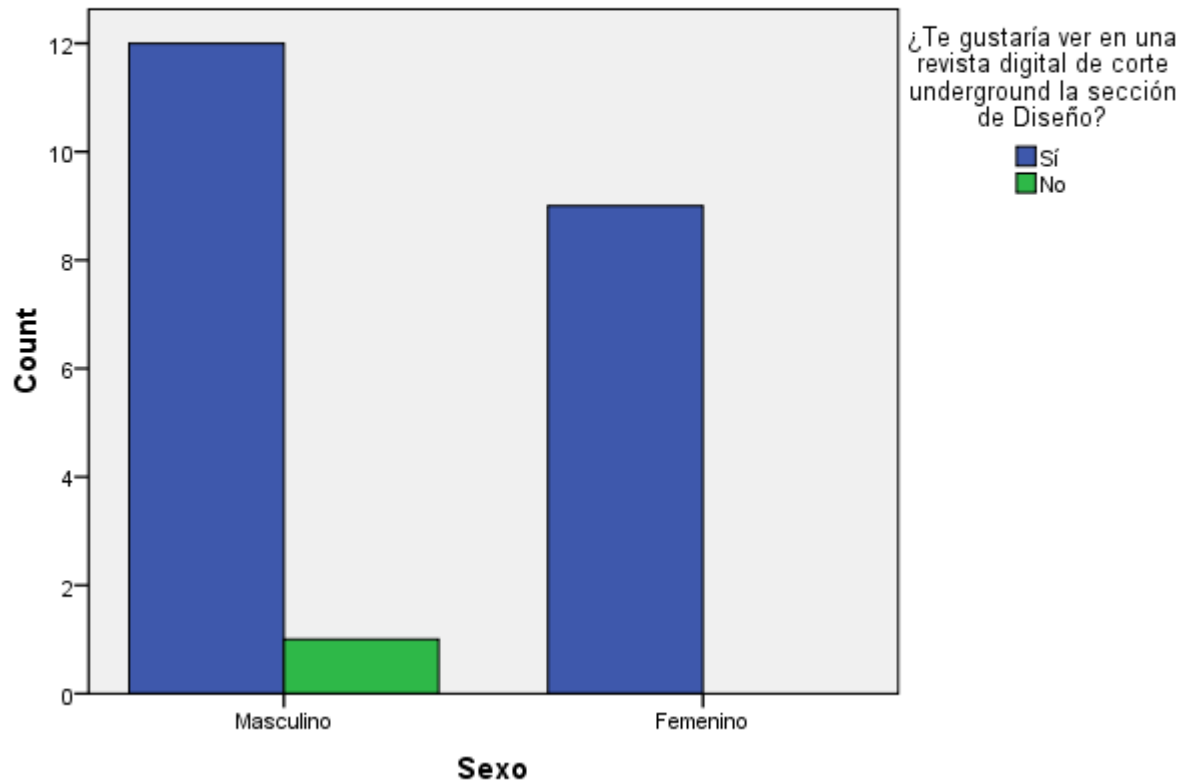
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,179	,394
	N of Valid Cases	22	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	1	12	13
	Femenino	3	6	9
	Total	4	18	22

ANEXOS L

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,350 ^a	1	,125	,264	,167
Continuity Correction ^b	,943	1	,332		
Likelihood Ratio	2,354	1	,125		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	2,244	1	,134		
N of Valid Cases	22				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,64.

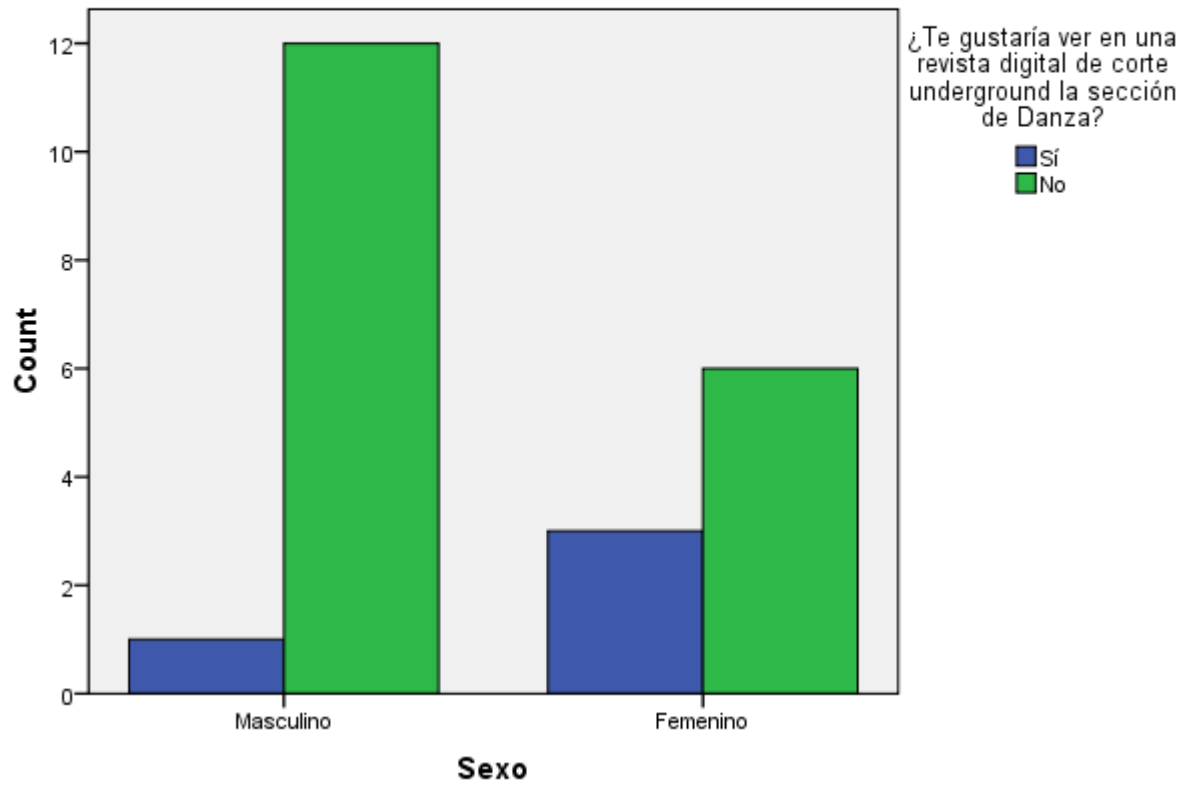
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,311	,125
	N of Valid Cases	22	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?

Crosstab

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	0	13	13
	Femenino	1	8	9
	Total	1	21	22

ANEXOS L

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,513 ^a	1	,219	,409	,409
Continuity Correction ^b	,036	1	,850		
Likelihood Ratio	1,857	1	,173		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	1,444	1	,229		
N of Valid Cases	22				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,41.

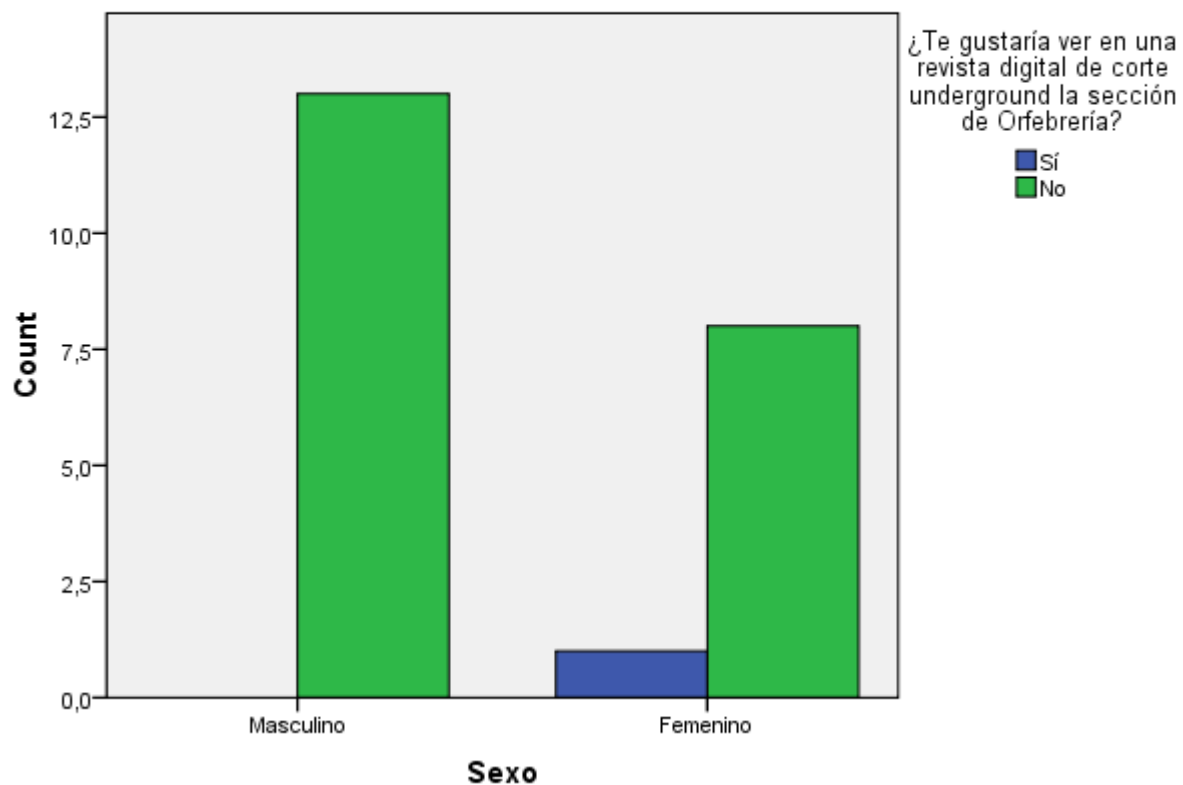
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,254	,219
	N of Valid Cases	22	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?

Crosstab

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	8	5	13
	Femenino	4	5	9
	Total	12	10	22

ANEXOS L

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,627 ^a	1	,429	,666	,361
Continuity Correction ^b	,127	1	,722		
Likelihood Ratio	,628	1	,428		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,598	1	,439		
N of Valid Cases	22				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,09.

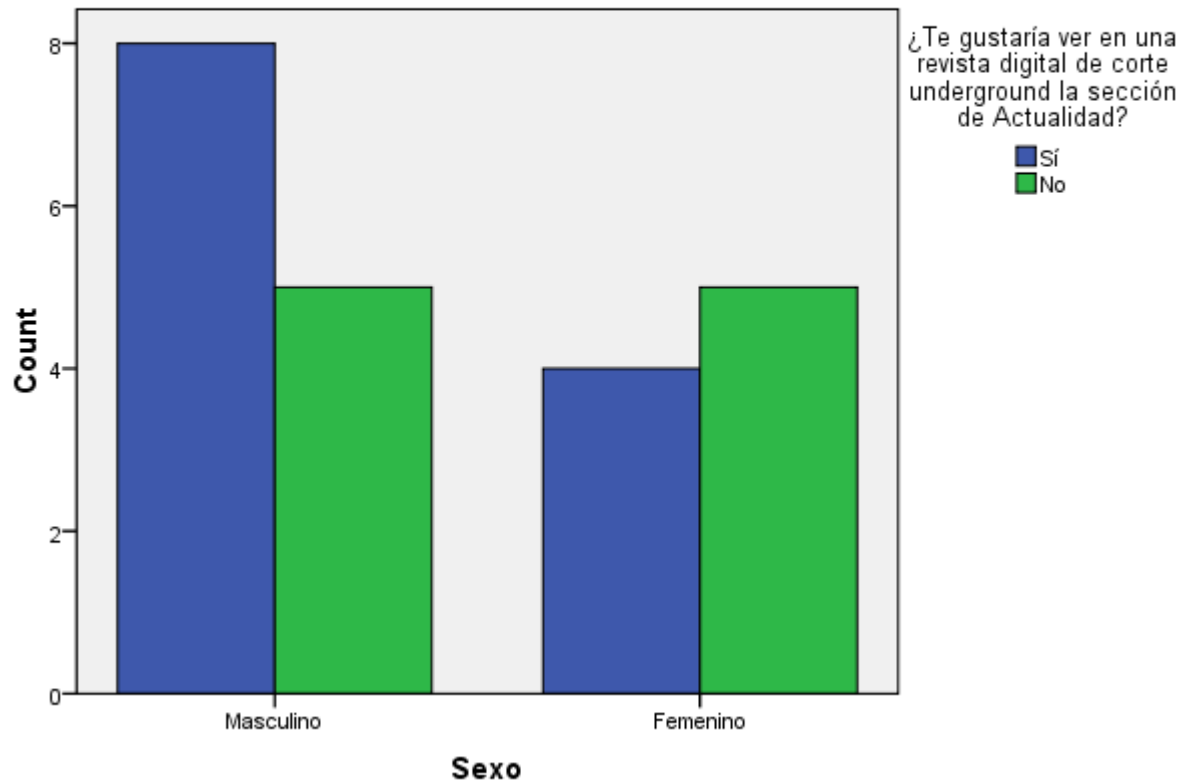
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,166	,429
	N of Valid Cases	22	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	7	6	13
	Femenino	6	3	9
	Total	13	9	22

ANEXOS L

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,362 ^a	1	,548	,674	,439
Continuity Correction ^b	,026	1	,873		
Likelihood Ratio	,365	1	,546		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,345	1	,557		
N of Valid Cases	22				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,68.

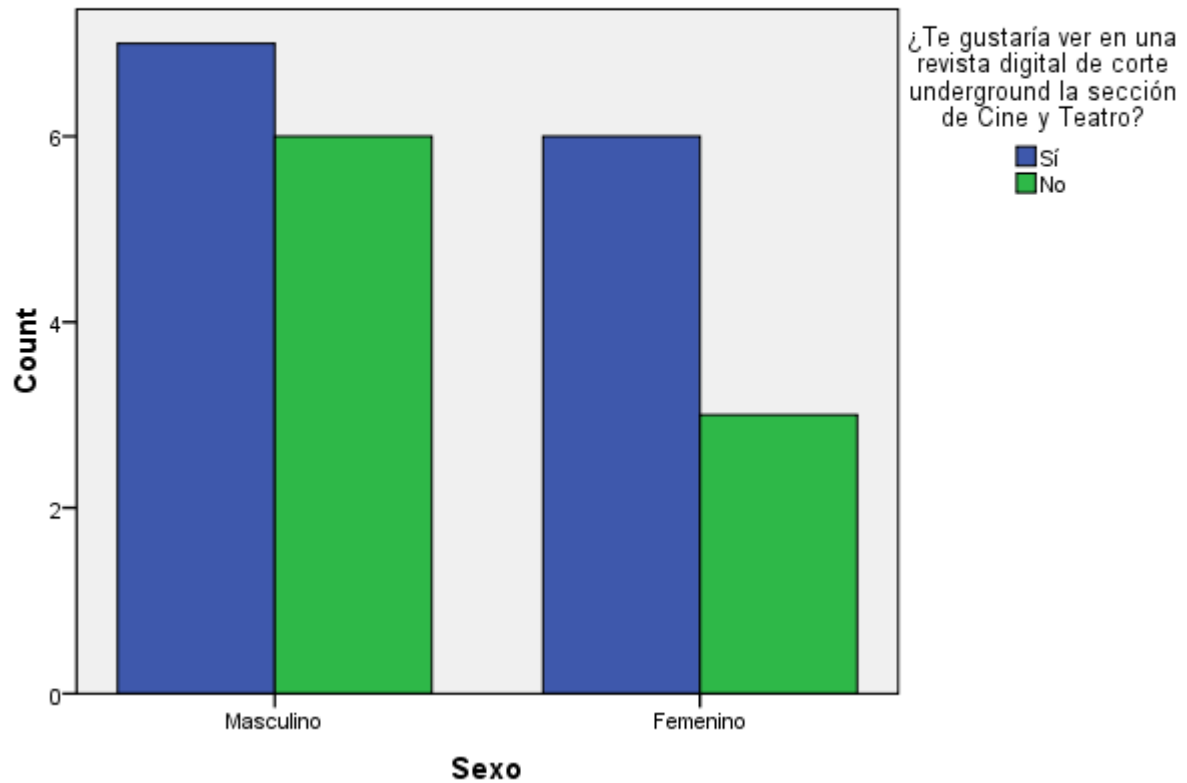
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,127	,548
	N of Valid Cases	22	

ANEXOS L

Bar Chart



Sexo * ¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

Crosstab

Count

		¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?			Total
		Semanal	Quincenal	Mensual	
Sexo	Masculino	6	2	5	13
	Femenino	4	1	4	9
	Total	10	3	9	22

ANEXOS L

Chi-Square Tests

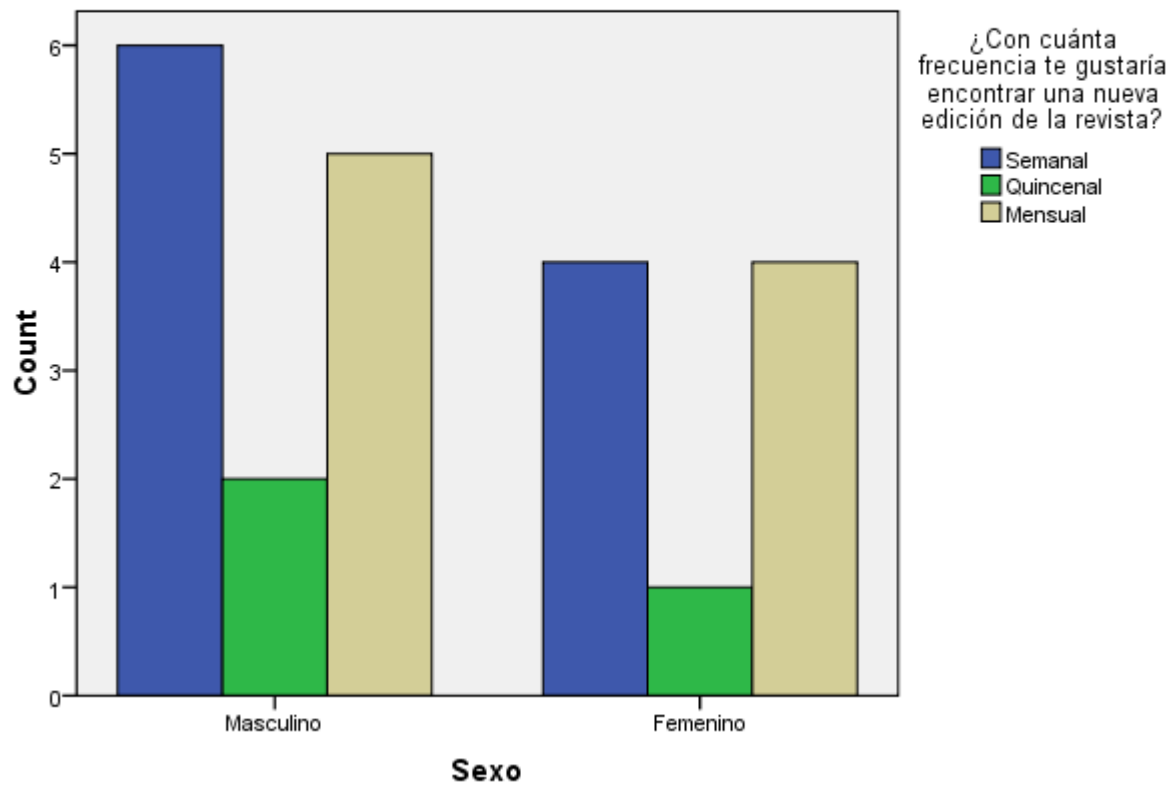
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,121 ^a	2	,941
Likelihood Ratio	,123	2	,941
Linear-by-Linear Association	,035	1	,852
N of Valid Cases	22		

a. 4 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,23.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,074	,941
	N of Valid Cases	22	

Bar Chart



ANEXOS L

Sexo * ¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?		
		Sí	No	Total
Sexo	Masculino	6	7	13
	Femenino	8	1	9
	Total	14	8	22

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	4,197 ^a	1	,040	,074	,052
Continuity Correction ^b	2,554	1	,110		
Likelihood Ratio	4,617	1	,032		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	4,006	1	,045		
N of Valid Cases	22				

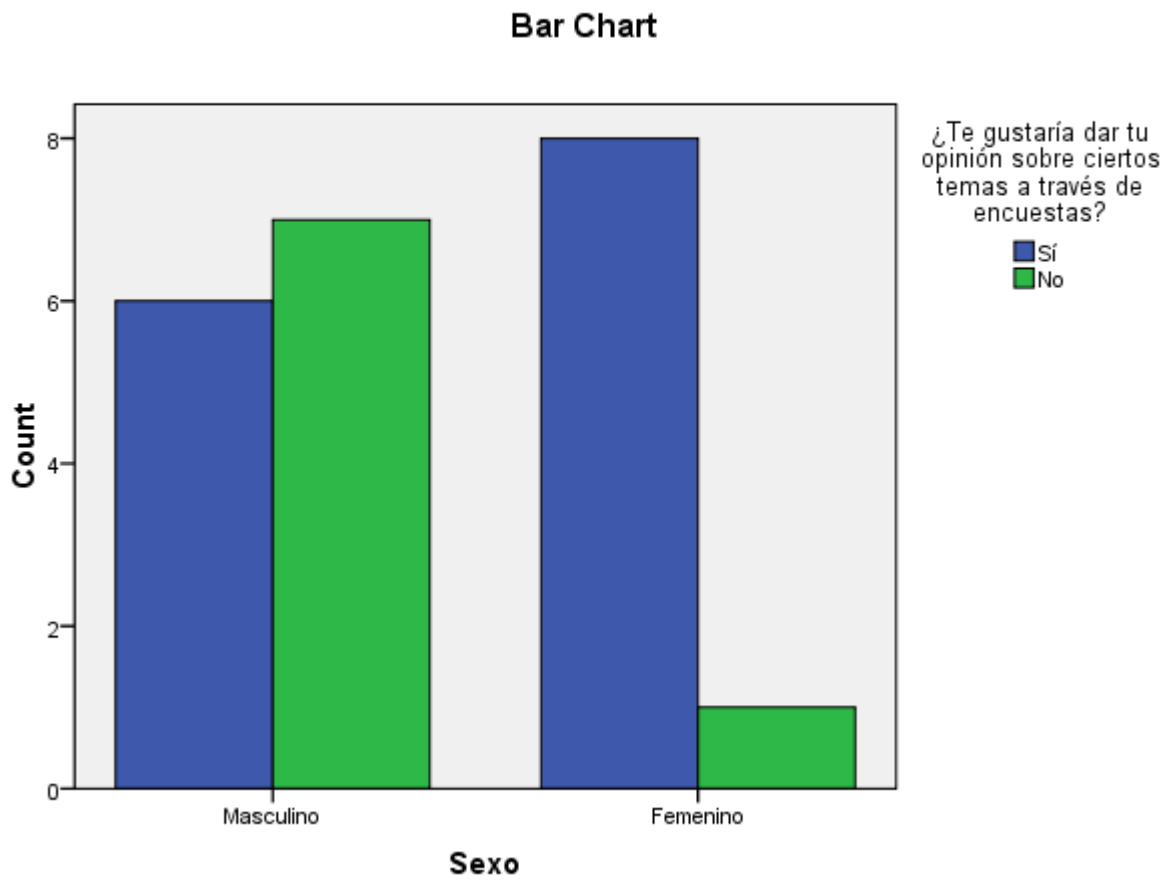
a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,27.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,400	,040
	N of Valid Cases	22	

ANEXOS L



ANEXOS M

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Sexo * ¿Qué tipo de revistas prefieres leer?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Con qué frecuencia utilizas Internet?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Visitas páginas Web informativas?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Visitas páginas Web educativas?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Visitas redes sociales?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Visitas páginas Web culturales?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Visitas páginas Web corporativas?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Alguna vez has leído una revista digital?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	23	92,0%	2	8,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	23	92,0%	2	8,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	23	92,0%	2	8,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	23	92,0%	2	8,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?	23	92,0%	2	8,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?	23	92,0%	2	8,0%	25	100,0%

ANEXOS M

Sexo * ¿Conoces el término Underground?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Te identificas con este estilo?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿No has asistido a ninguno?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Leerías una revista digital de corte underground?	25	100,0%	0	,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?	20	80,0%	5	20,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?	20	80,0%	5	20,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?	20	80,0%	5	20,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?	20	80,0%	5	20,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?	20	80,0%	5	20,0%	25	100,0%

ANEXOS M

Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?	20	80,0%	5	20,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?	20	80,0%	5	20,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?	20	80,0%	5	20,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?	20	80,0%	5	20,0%	25	100,0%
Sexo * ¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?	20	80,0%	5	20,0%	25	100,0%

Sexo * ¿Qué tipo de revistas prefieres leer?

Crosstab

Count

		¿Qué tipo de revistas prefieres leer?			
		Especializadas	Variedades	Deportivas	De Economía
Sexo	Masculino	4	2	6	1
	Femenino	3	5	0	0
	Total	7	7	6	1

Crosstab

Count

	¿Qué tipo de revistas prefieres leer?	
	De Actualidad	Total

ANEXOS M

Sexo	Masculino	1	14
	Femenino	3	11
	Total	4	25

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,201 ^a	4	,056
Likelihood Ratio	11,861	4	,018
Linear-by-Linear Association	,117	1	,732
N of Valid Cases	25		

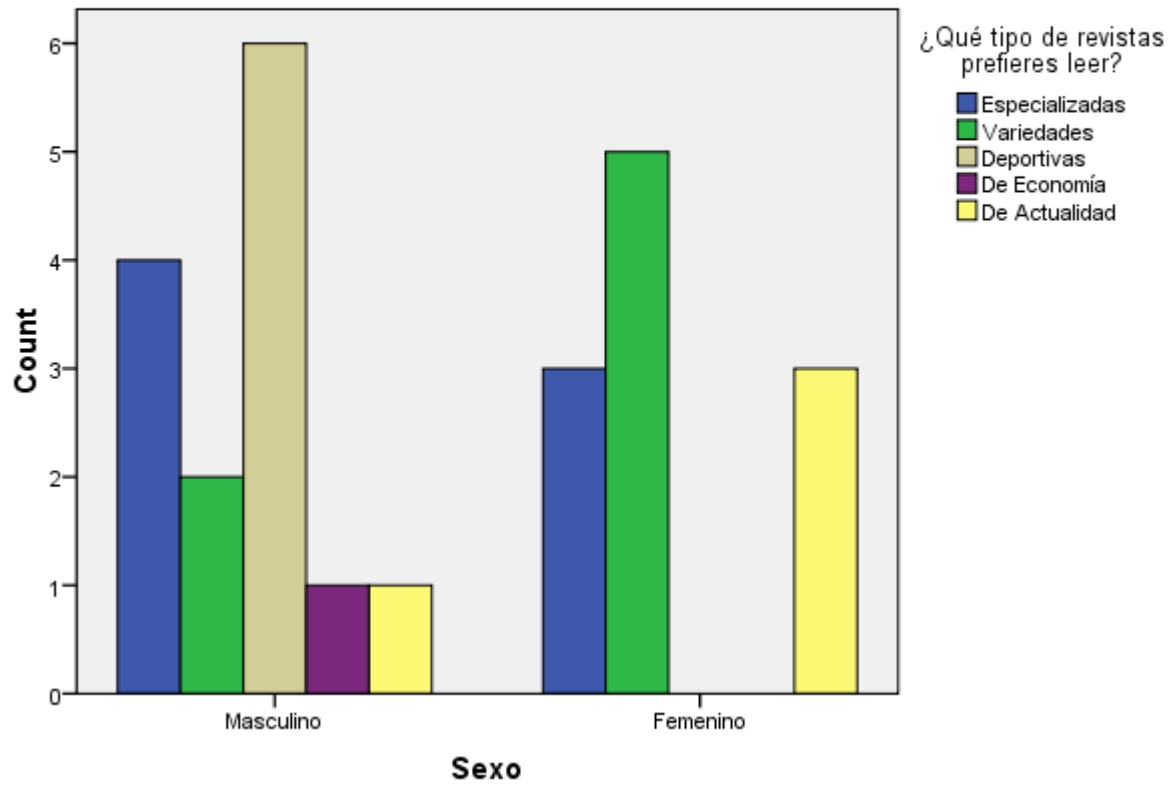
a. 10 cells (100,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,44.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,519	,056
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Con qué frecuencia utilizas Internet?

Crosstab

		¿Con qué frecuencia utilizas Internet?	
		Diariamente	Total
Sexo	Masculino	14	14
	Femenino	11	11
	Total	25	25

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value
Pearson Chi-Square	a.
N of Valid Cases	25

a. No statistics are computed because ¿Con qué frecuencia utilizas Internet? is a constant.

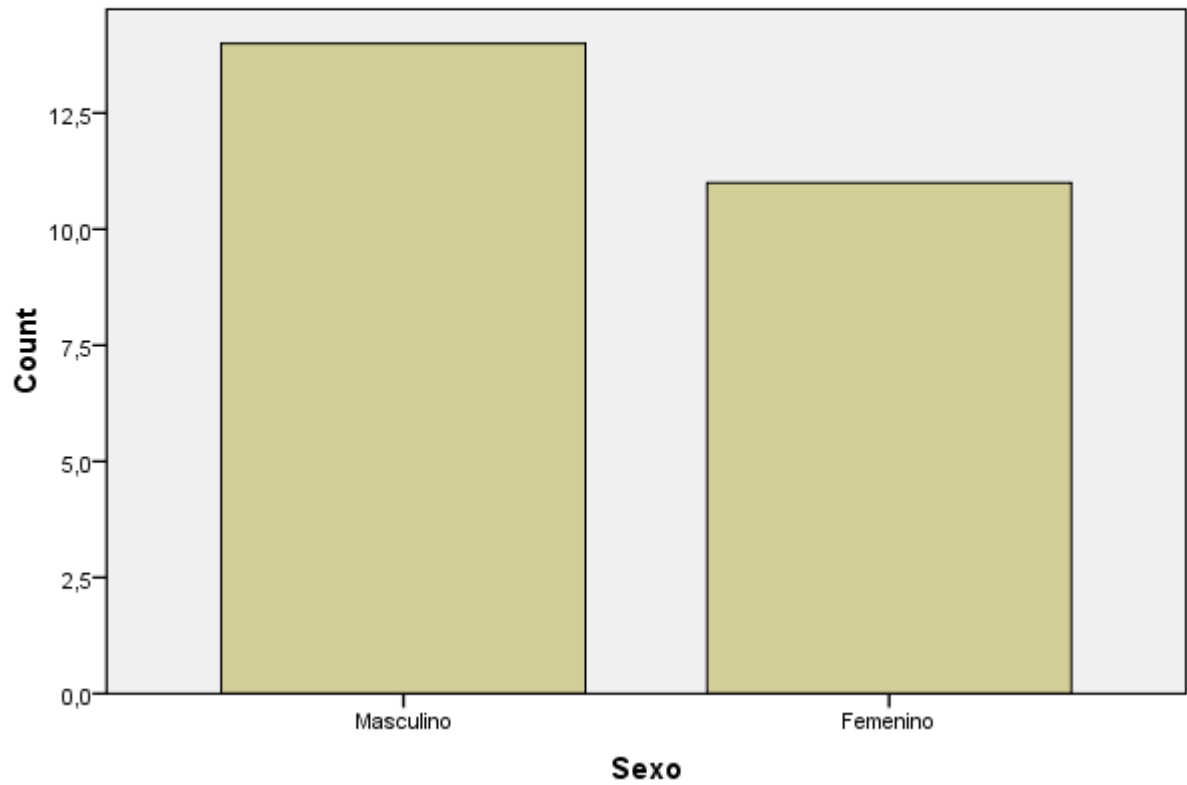
Symmetric Measures

	Value
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	a.
N of Valid Cases	25

a. No statistics are computed because ¿Con qué frecuencia utilizas Internet? is a constant.

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Visitas páginas Web informativas?

Crosstab

		¿Visitas páginas Web informativas?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	11	3	14
	Femenino	8	3	11
	Total	19	6	25

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,115 ^a	1	,734	1,000	,548
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,115	1	,735		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,111	1	,739		
N of Valid Cases	25				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,64.

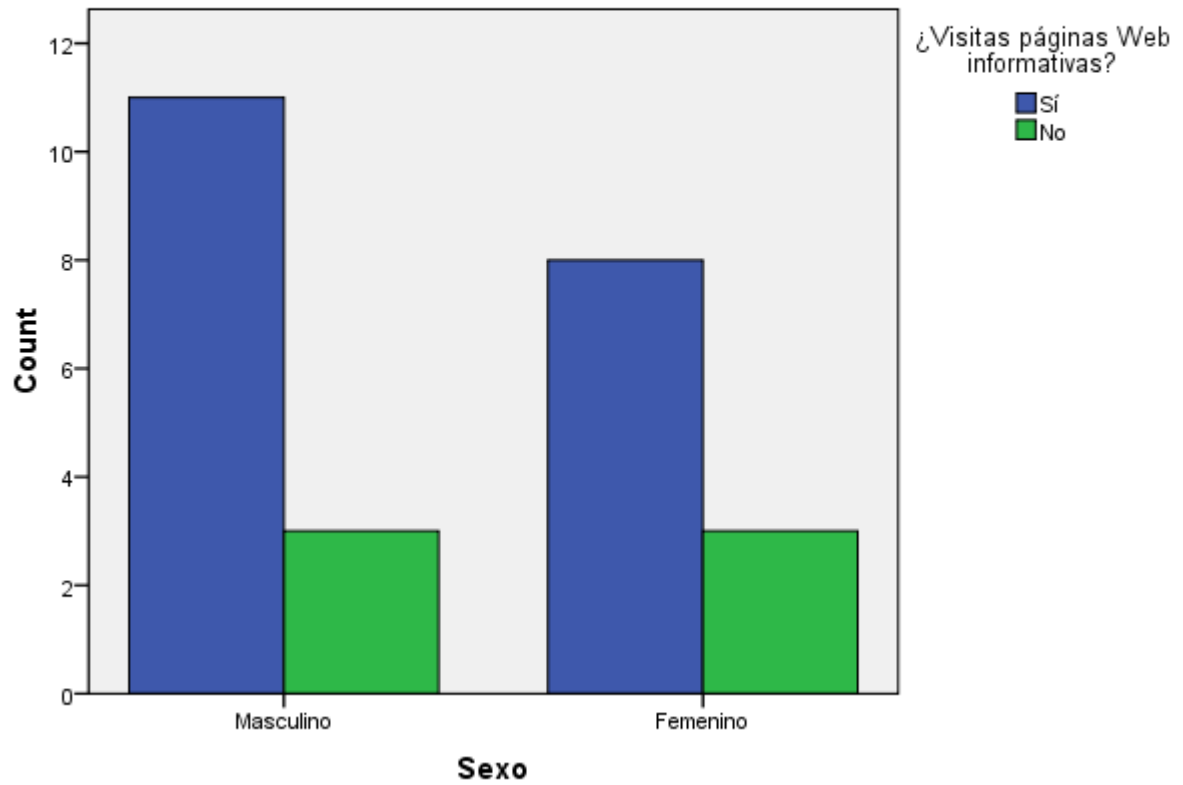
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,068	,734
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Visitas páginas Web educativas?

Crosstab

Count

		¿Visitas páginas Web educativas?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	8	6	14
	Femenino	6	5	11
	Total	14	11	25

Chi-Square Tests

ANEXOS M

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,017 ^a	1	,897	1,000	,607
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,017	1	,897		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,016	1	,899		
N of Valid Cases	25				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,84.

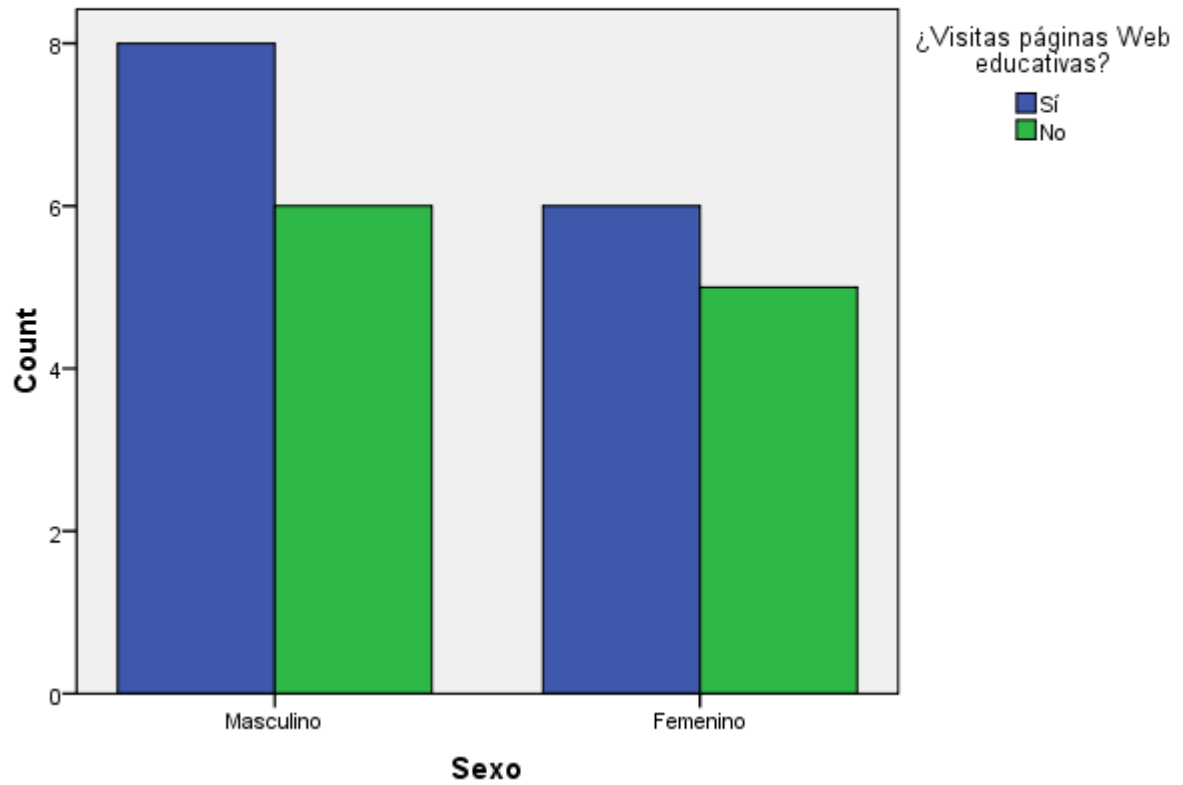
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,026	,897
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Visitas redes sociales?

Crosstab

		¿Visitas redes sociales?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	13	1	14
	Femenino	11	0	11
	Total	24	1	25

Chi-Square Tests

ANEXOS M

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,818 ^a	1	,366	1,000	,560
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	1,192	1	,275		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,786	1	,375		
N of Valid Cases	25				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,44.

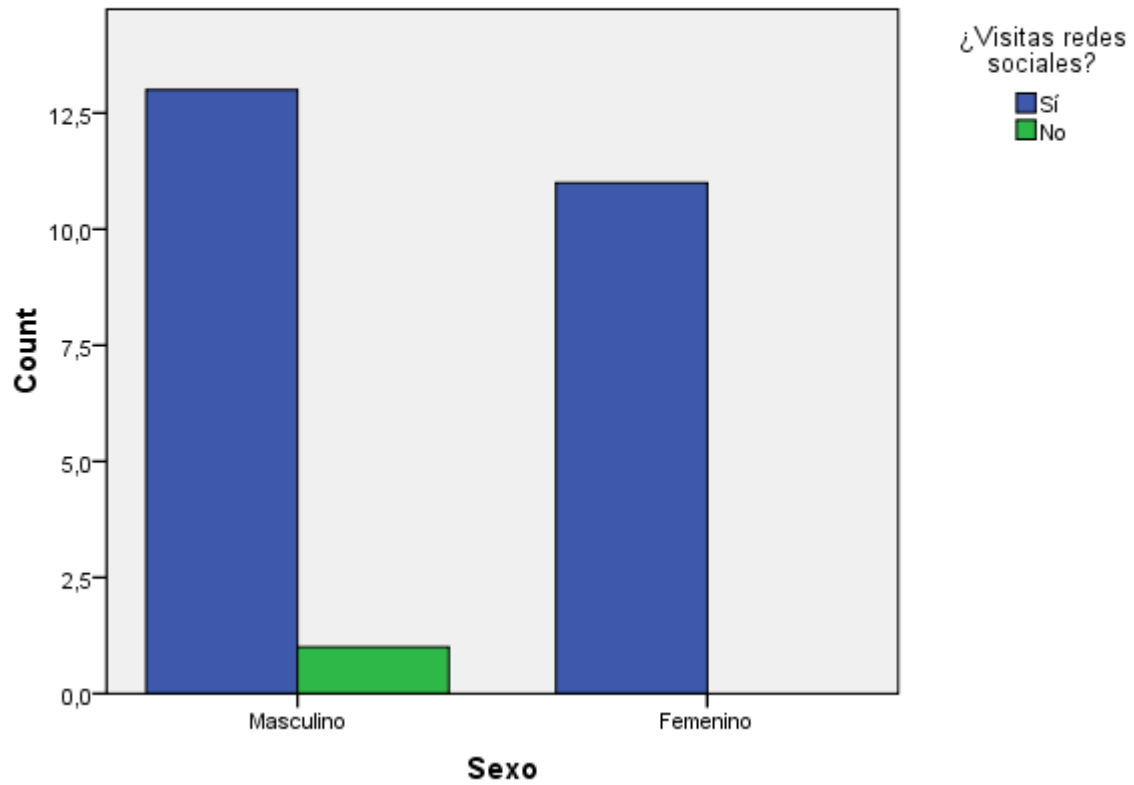
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,178	,366
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Visitas páginas Web culturales?

Crosstab

Count

		¿Visitas páginas Web culturales?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	4	10	14
	Femenino	3	8	11
	Total	7	18	25

Chi-Square Tests

ANEXOS M

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,005 ^a	1	,943	1,000	,649
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,005	1	,943		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,005	1	,944		
N of Valid Cases	25				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,08.

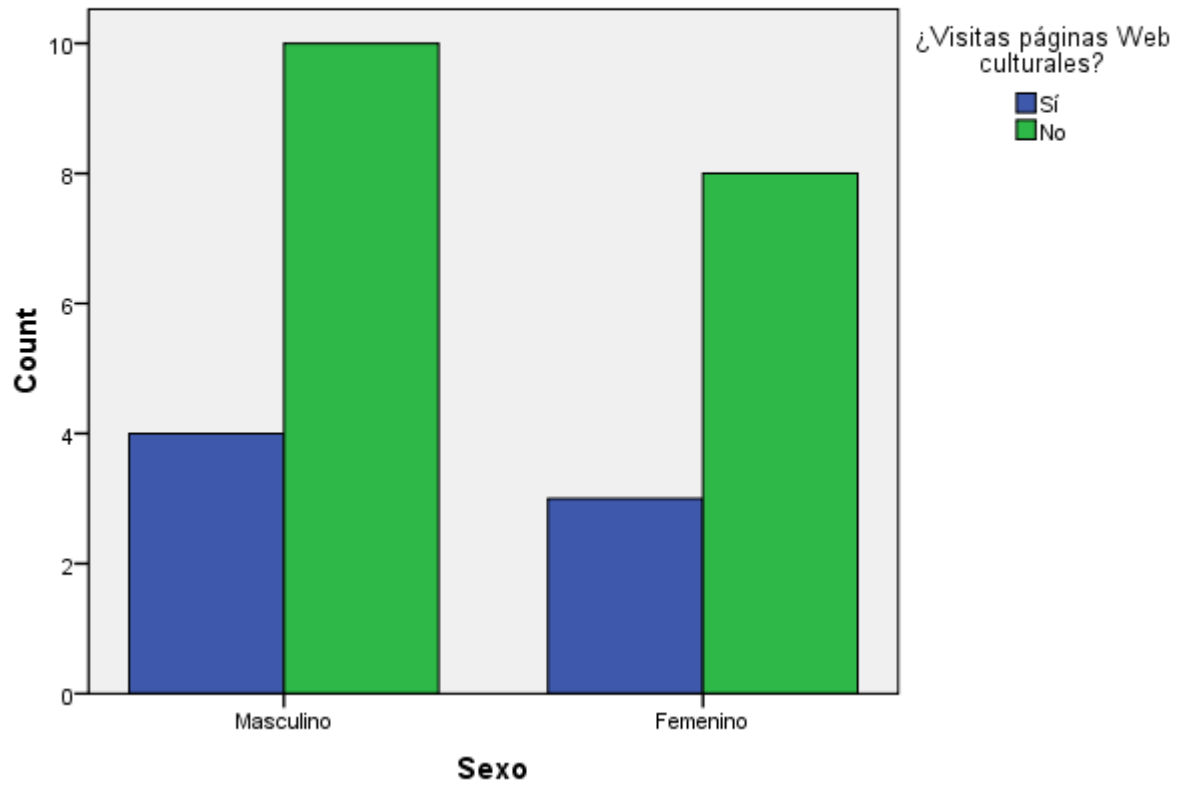
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,014	,943
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Visitas páginas Web corporativas?

Crosstab

		¿Visitas páginas Web corporativas?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	5	9	14
	Femenino	4	7	11
	Total	9	16	25

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,001 ^a	1	,973	1,000	,648
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,001	1	,973		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,001	1	,974		
N of Valid Cases	25				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,96.

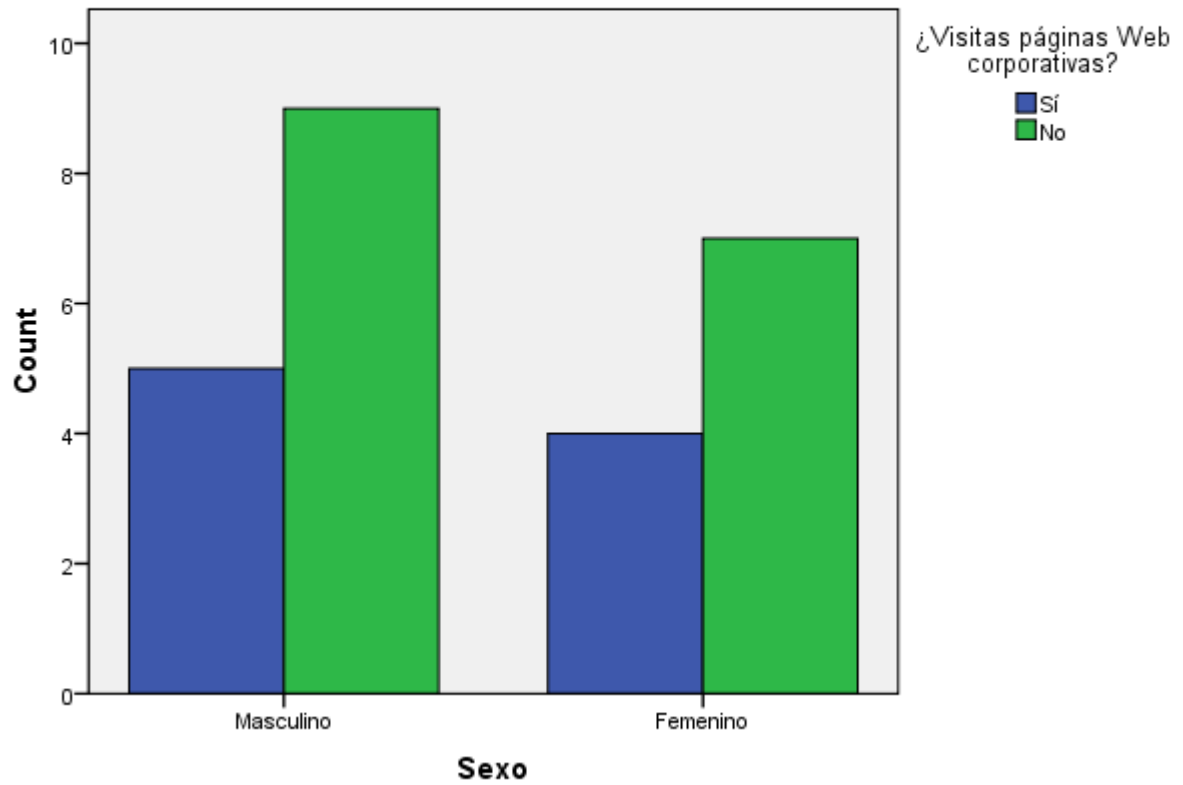
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,007	,973
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Alguna vez has leído una revista digital?

Crosstab

		¿Alguna vez has leído una revista digital?		
		Sí	No	Total
Sexo	Masculino	11	3	14
	Femenino	6	5	11
	Total	17	8	25

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,634 ^a	1	,201	,389	,199
Continuity Correction ^b	,716	1	,397		
Likelihood Ratio	1,637	1	,201		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	1,569	1	,210		
N of Valid Cases	25				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,52.

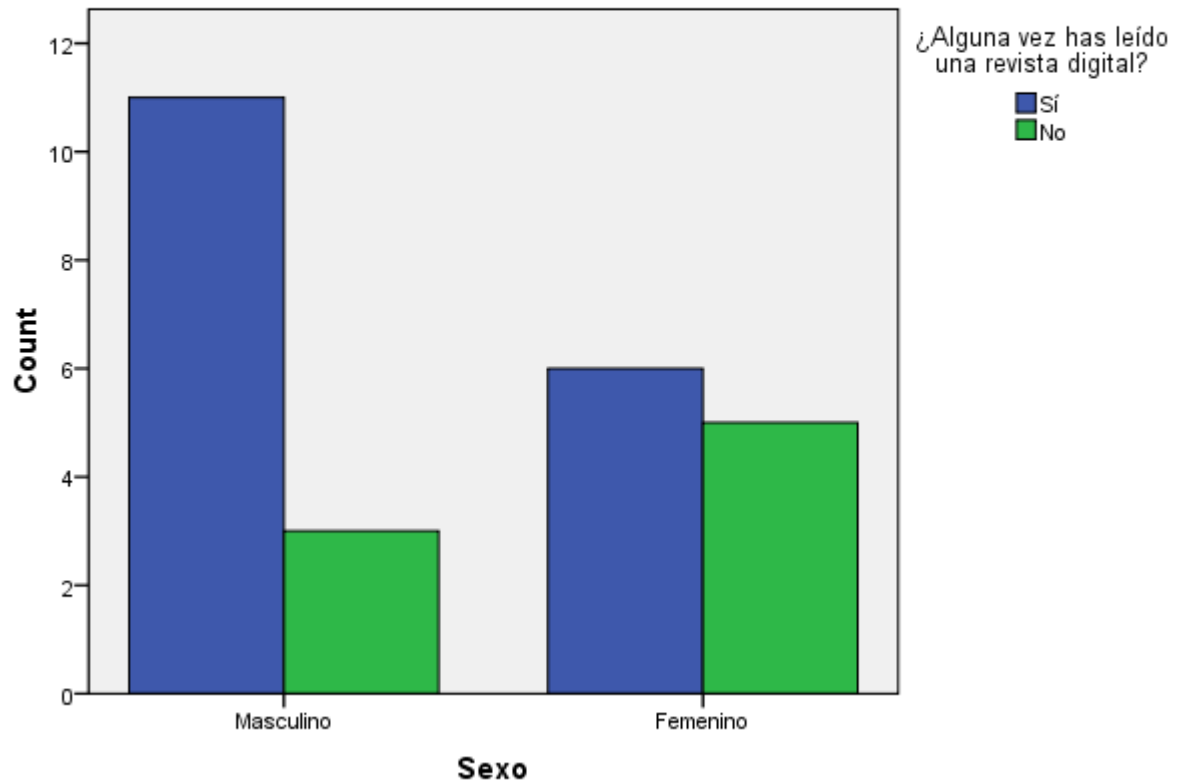
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,248	,201
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

Crosstab

Count

		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	3	10	13
	Femenino	3	7	10
	Total	6	17	23

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,140 ^a	1	,708	1,000	,537
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,140	1	,709		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,134	1	,714		
N of Valid Cases	23				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,61.

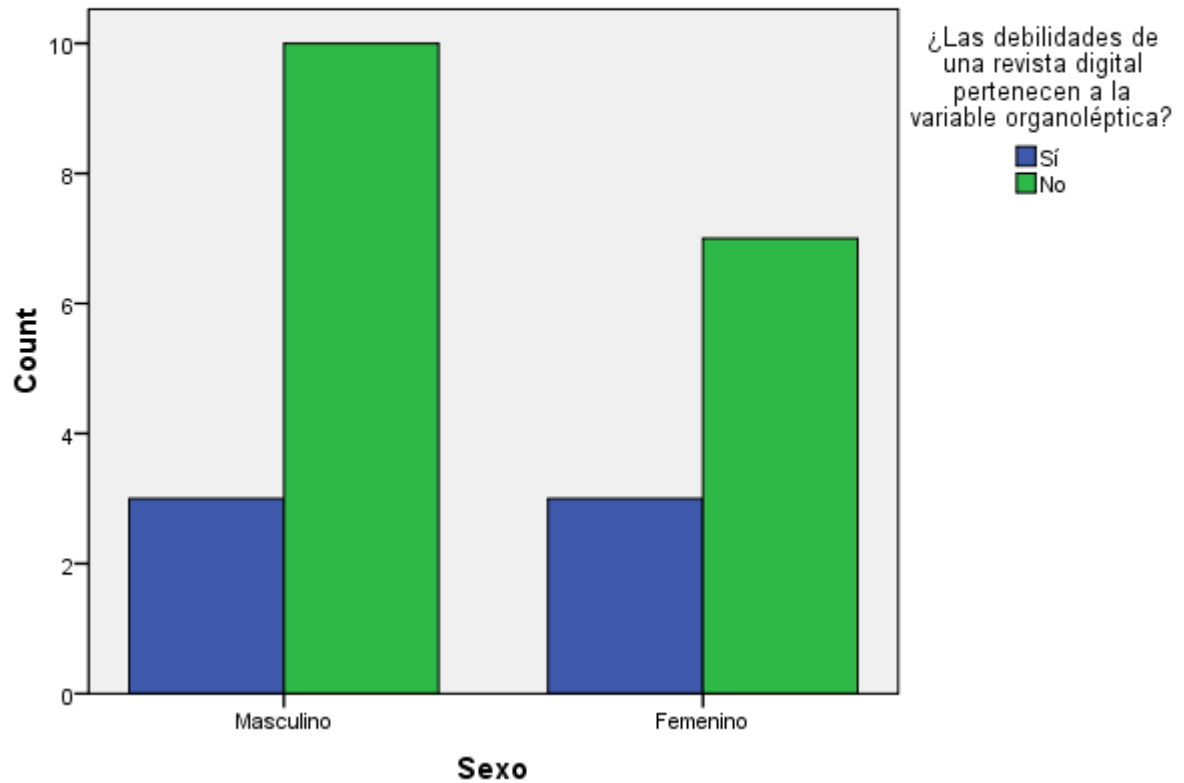
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,078	,708
	N of Valid Cases	23	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

Crosstab

Count

		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable funcional?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	10	3	13
	Femenino	6	4	10
	Total	16	7	23

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,765 ^a	1	,382	,650	,337
Continuity Correction ^b	,174	1	,676		
Likelihood Ratio	,762	1	,383		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,731	1	,392		
N of Valid Cases	23				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,04.

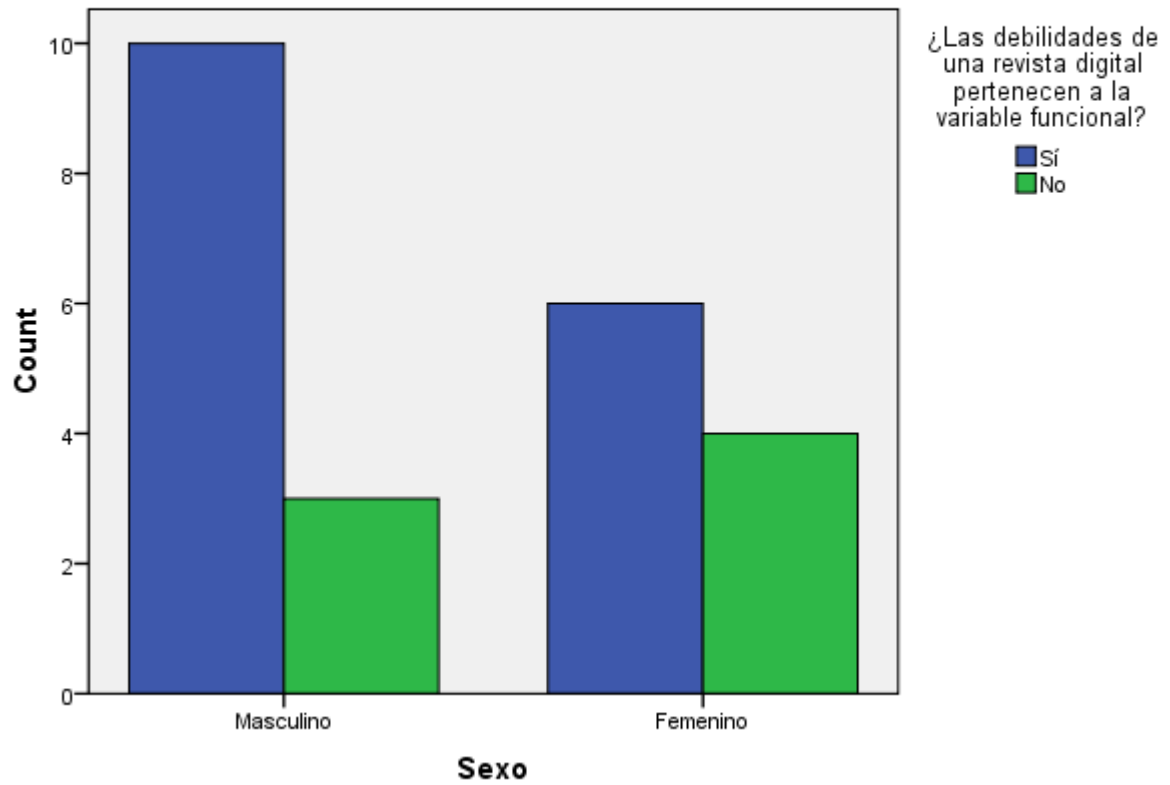
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,179	,382
	N of Valid Cases	23	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

Crosstab

Count

		¿Las debilidades de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	0	13	13
	Femenino	1	9	10
	Total	1	22	23

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,359 ^a	1	,244	,435	,435
Continuity Correction ^b	,018	1	,893		
Likelihood Ratio	1,725	1	,189		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	1,300	1	,254		
N of Valid Cases	23				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,43.

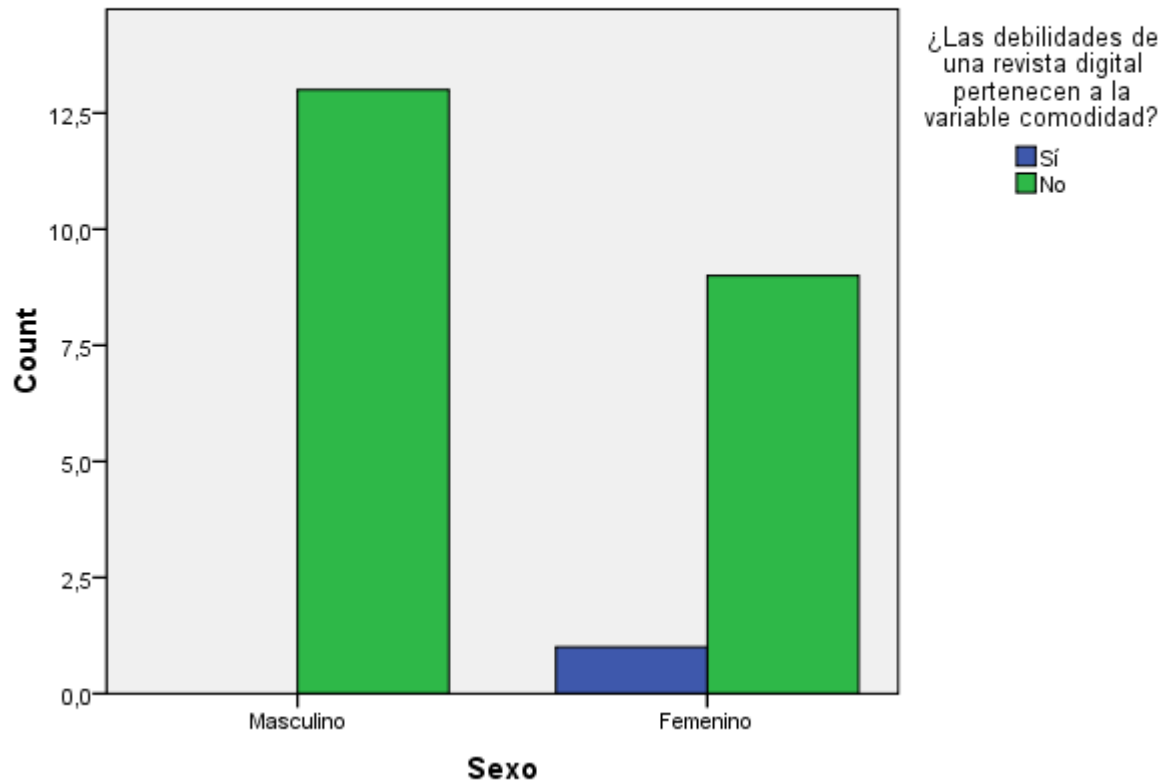
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,236	,244
	N of Valid Cases	23	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?

Crosstab

		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica?	
		No	Total
Sexo	Masculino	13	13
	Femenino	1	1

ANEXOS M

Femenino	10	10
Total	23	23

Chi-Square Tests

	Value
Pearson Chi-Square	a
N of Valid Cases	23

a. No statistics are computed because ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica? is a constant.

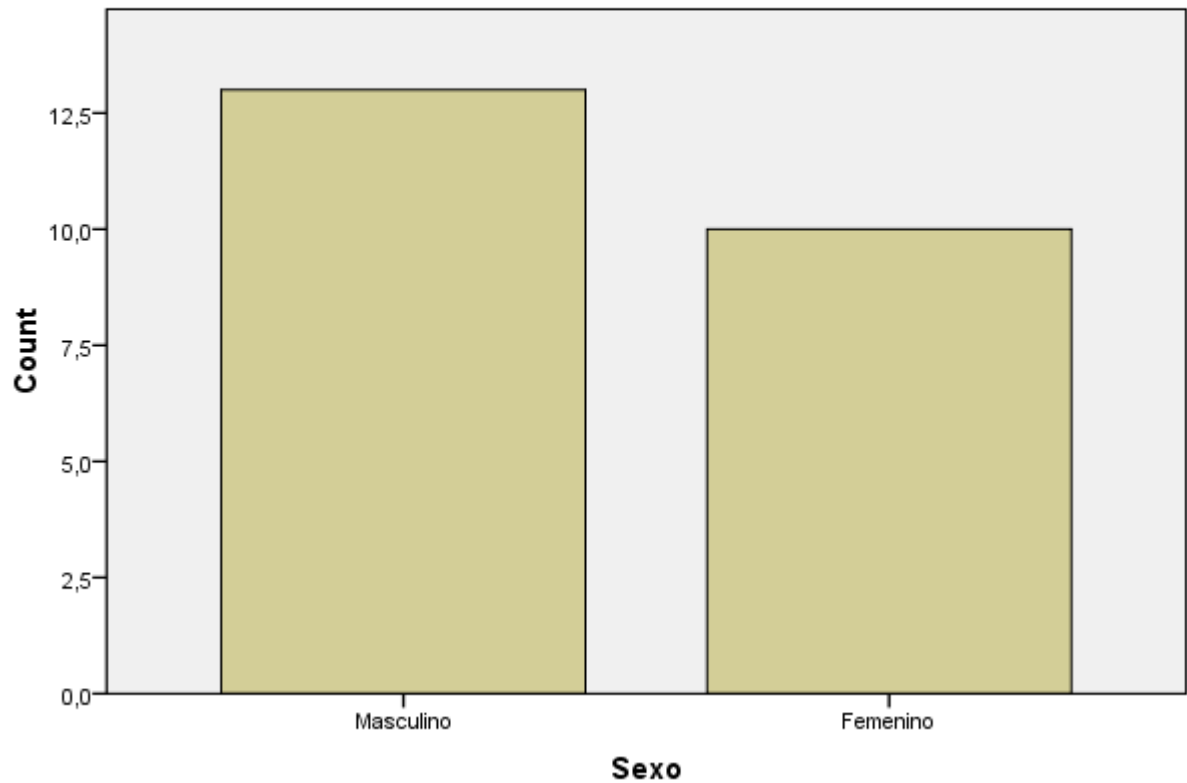
Symmetric Measures

	Value
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	a
N of Valid Cases	23

a. No statistics are computed because ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable organoléptica? is a constant.

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?

Crosstab

		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable funcional?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	9	4	13
	Femenino	4	6	10
	Total	13	10	23

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,965 ^a	1	,161	,222	,164
Continuity Correction ^b	,956	1	,328		
Likelihood Ratio	1,984	1	,159		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	1,880	1	,170		
N of Valid Cases	23				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,35.

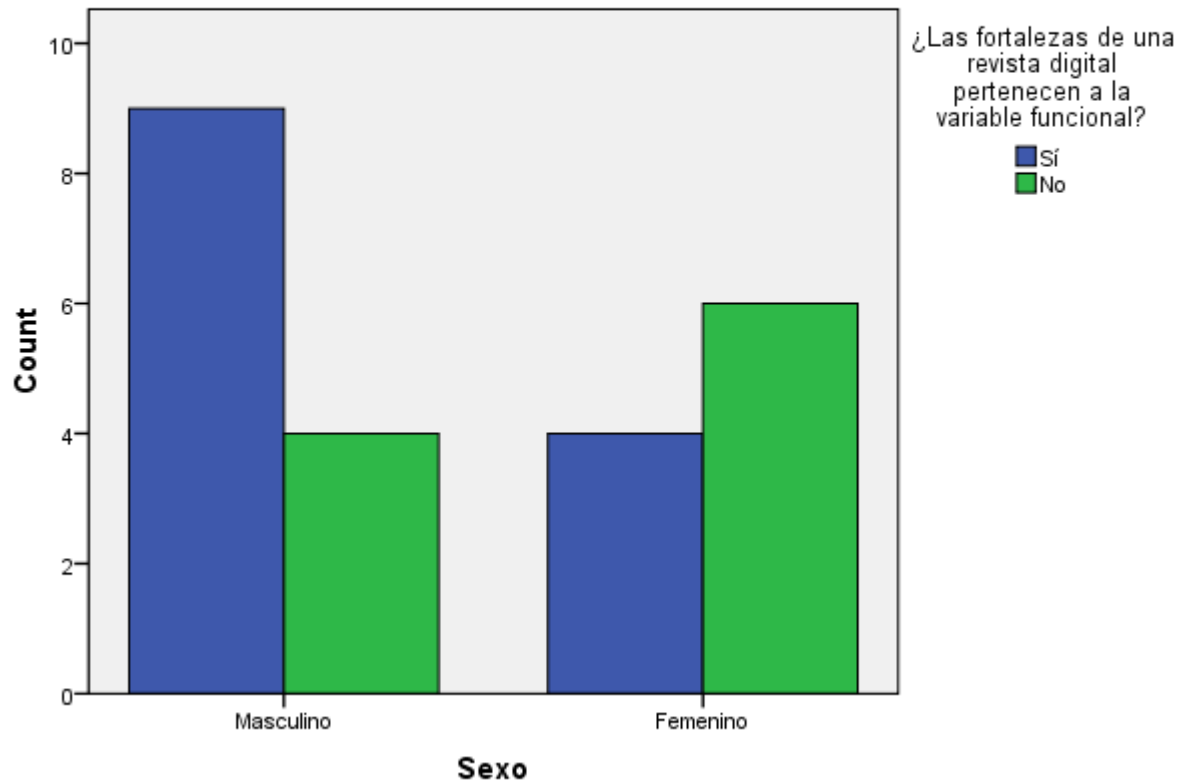
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,281	,161
	N of Valid Cases	23	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?

Crosstab

Count

		¿Las fortalezas de una revista digital pertenecen a la variable comodidad?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	6	7	13
	Femenino	6	4	10
	Total	12	11	23

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,434 ^a	1	,510	,680	,407
Continuity Correction ^b	,057	1	,812		
Likelihood Ratio	,436	1	,509		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,415	1	,519		
N of Valid Cases	23				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,78.

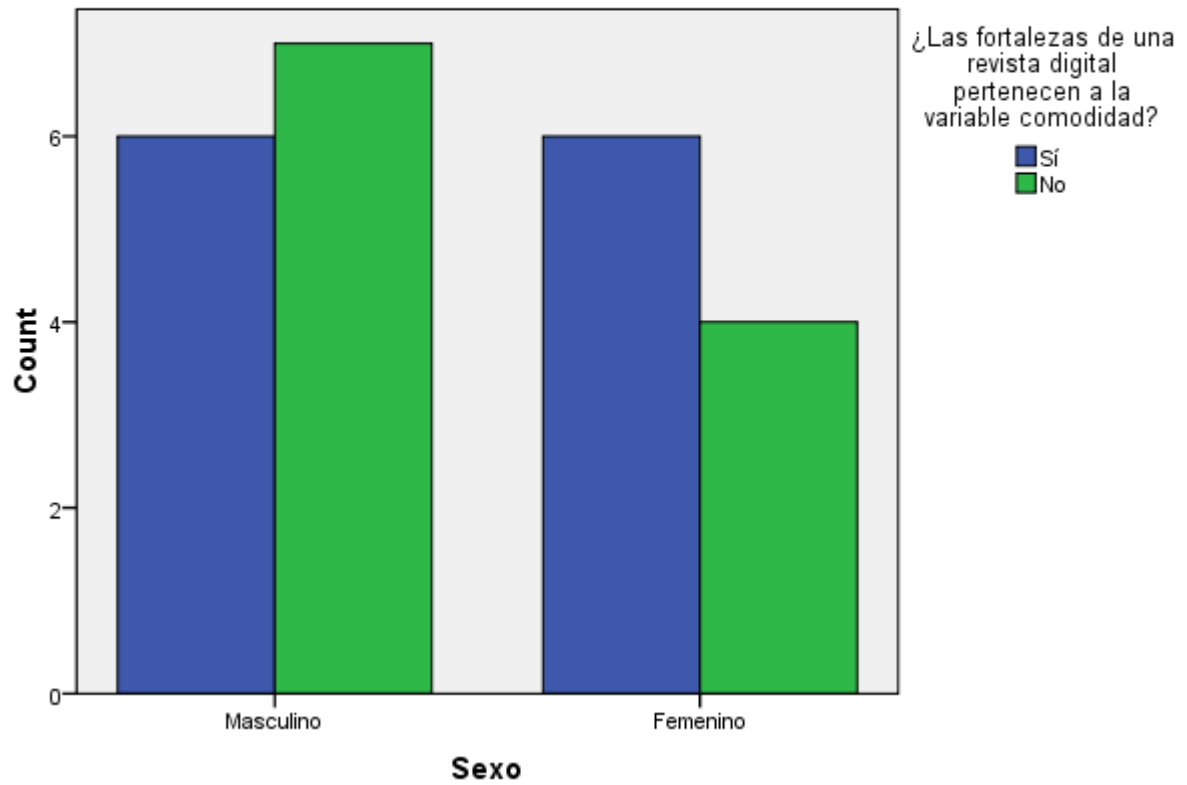
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,136	,510
	N of Valid Cases	23	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Conoces el término Underground?

Crosstab

		¿Conoces el término Underground?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	13	1	14
	Femenino	11	0	11
	Total	24	1	25

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,818 ^a	1	,366	1,000	,560
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	1,192	1	,275		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,786	1	,375		
N of Valid Cases	25				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,44.

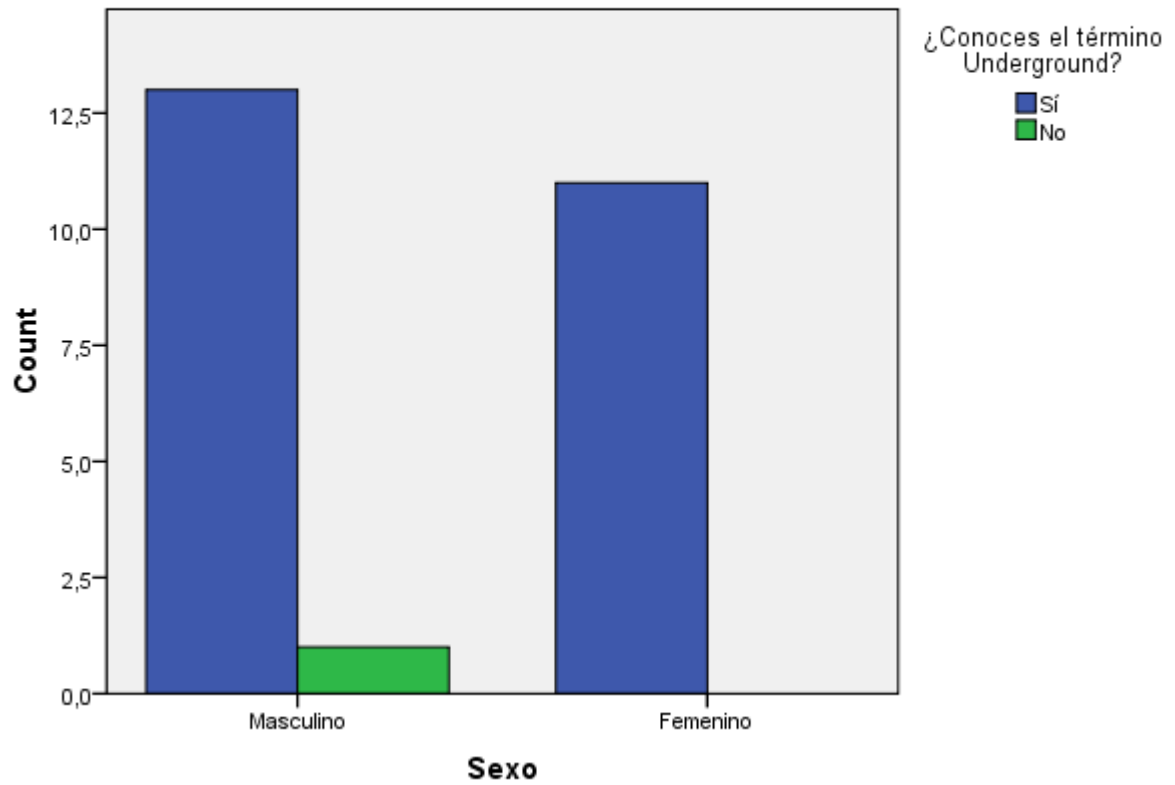
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,178	,366
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Te identificas con este estilo?

Crosstab

		¿Te identificas con este estilo?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	8	6	14
	Femenino	5	6	11
	Total	13	12	25

Chi-Square Tests

ANEXOS M

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,337 ^a	1	,561	,695	,430
Continuity Correction ^b	,031	1	,859		
Likelihood Ratio	,338	1	,561		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,324	1	,569		
N of Valid Cases	25				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,28.

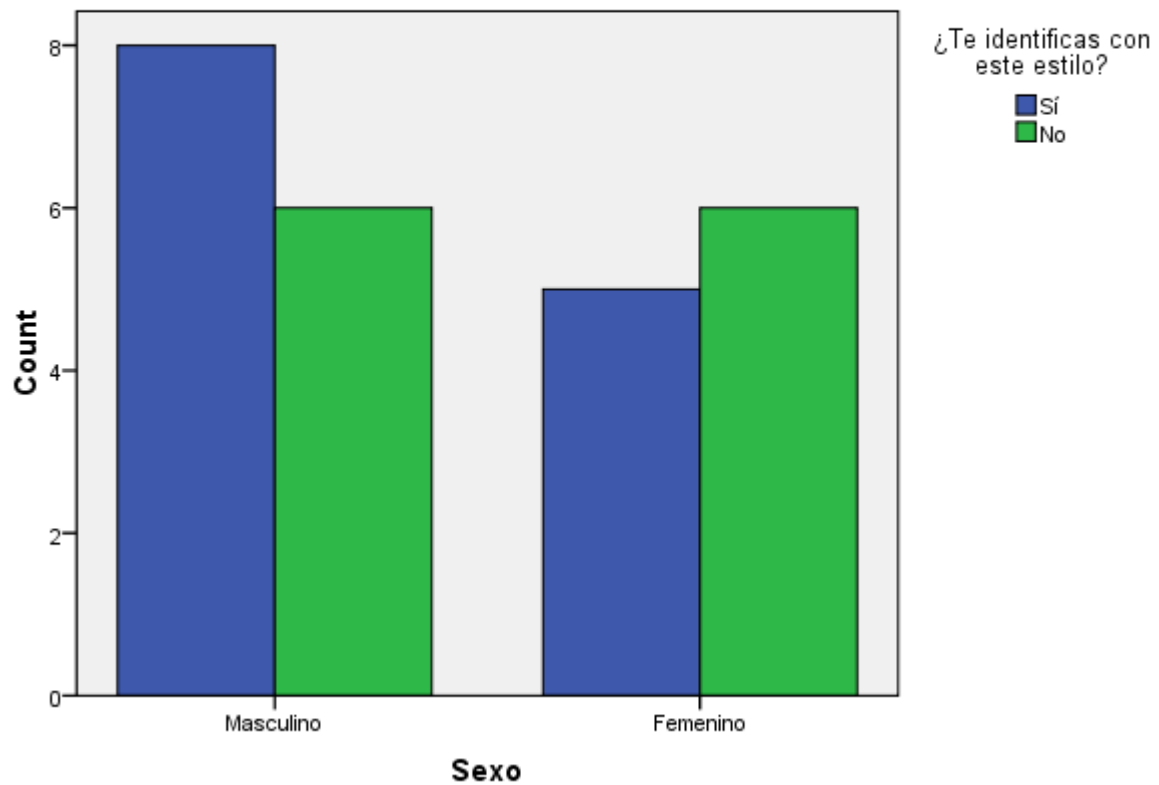
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,115	,561
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

Crosstab

		¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	12	2	14
	Femenino	7	4	11
	Total	19	6	25

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,646 ^a	1	,199		
Continuity Correction ^b	,658	1	,417		
Likelihood Ratio	1,650	1	,199		
Fisher's Exact Test				,350	,209
Linear-by-Linear Association	1,580	1	,209		
N of Valid Cases	25				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,64.

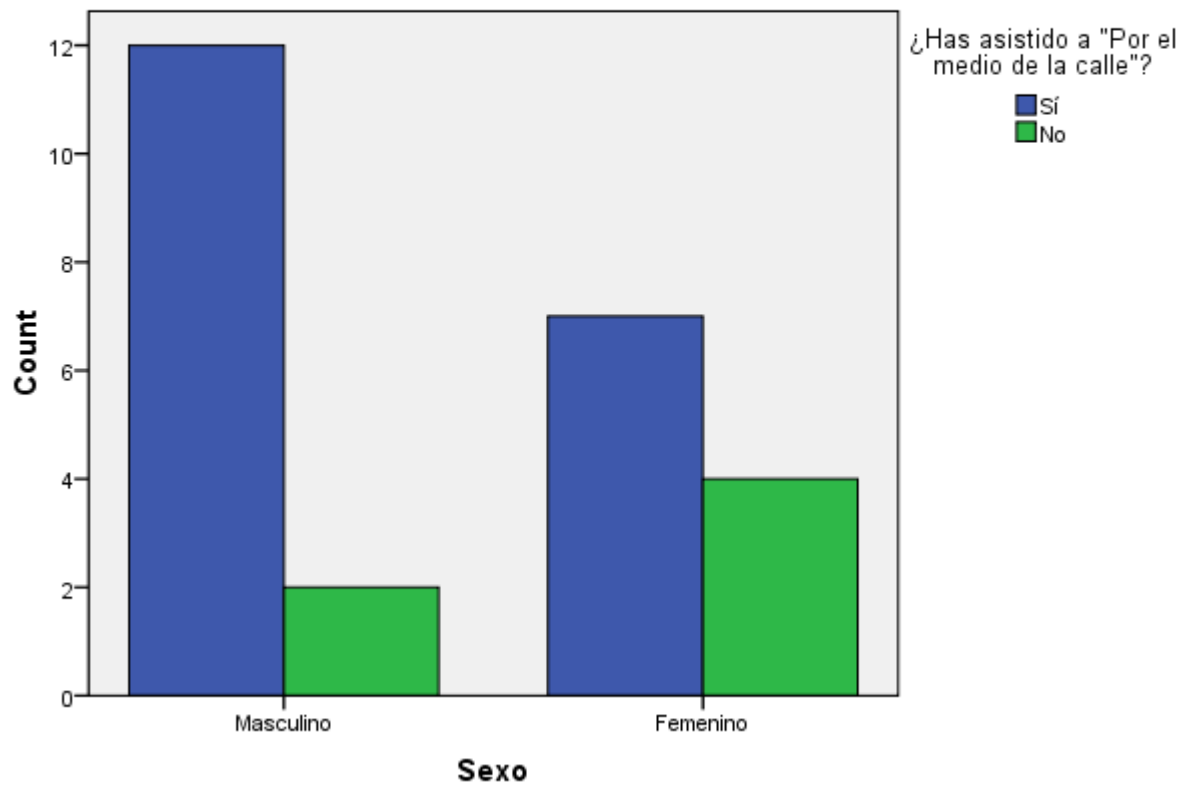
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,249	,199
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

Crosstab

		¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	7	7	14
	Femenino	7	4	11
	Total	14	11	25

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,465 ^a	1	,495	,689	,393
Continuity Correction ^b	,076	1	,783		
Likelihood Ratio	,468	1	,494		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,446	1	,504		
N of Valid Cases	25				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,84.

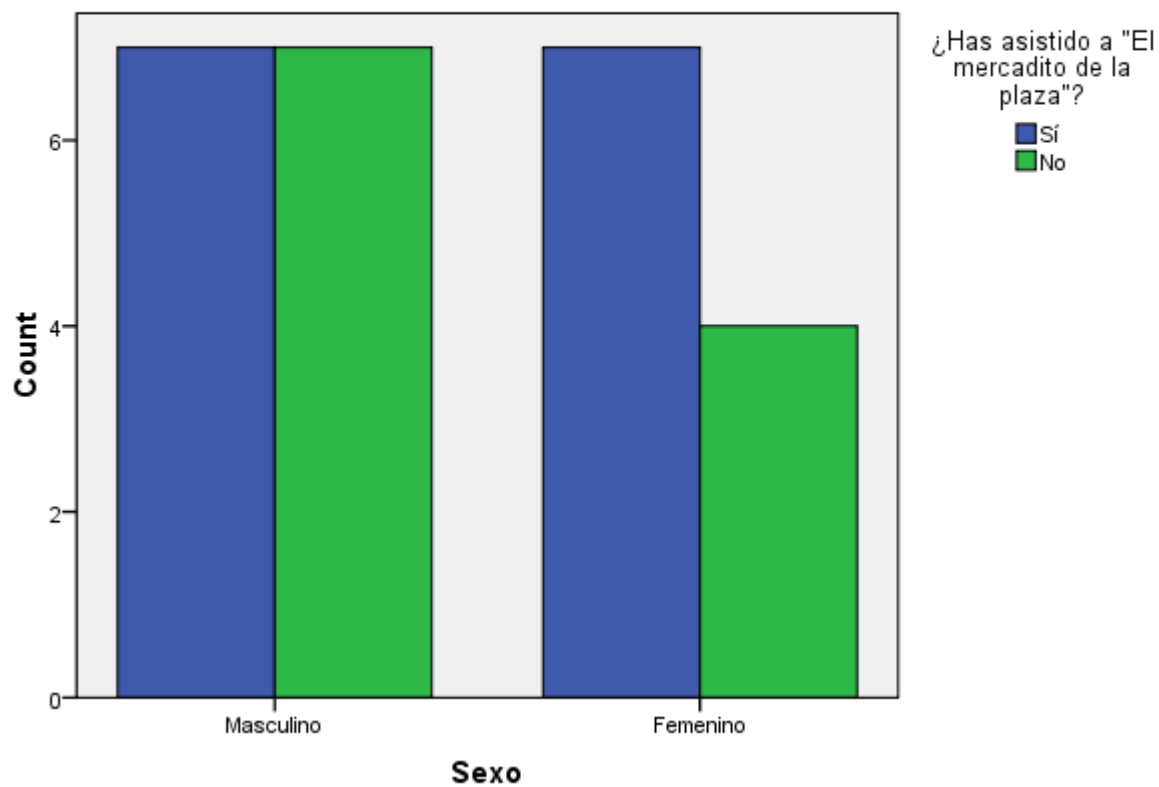
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,135	,495
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?

Crosstab

		¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	9	5	14
	Femenino	5	6	11
	Total	14	11	25

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,887 ^a	1	,346	,435	,296
Continuity Correction ^b	,287	1	,592		
Likelihood Ratio	,889	1	,346		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,851	1	,356		
N of Valid Cases	25				

a. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,84.

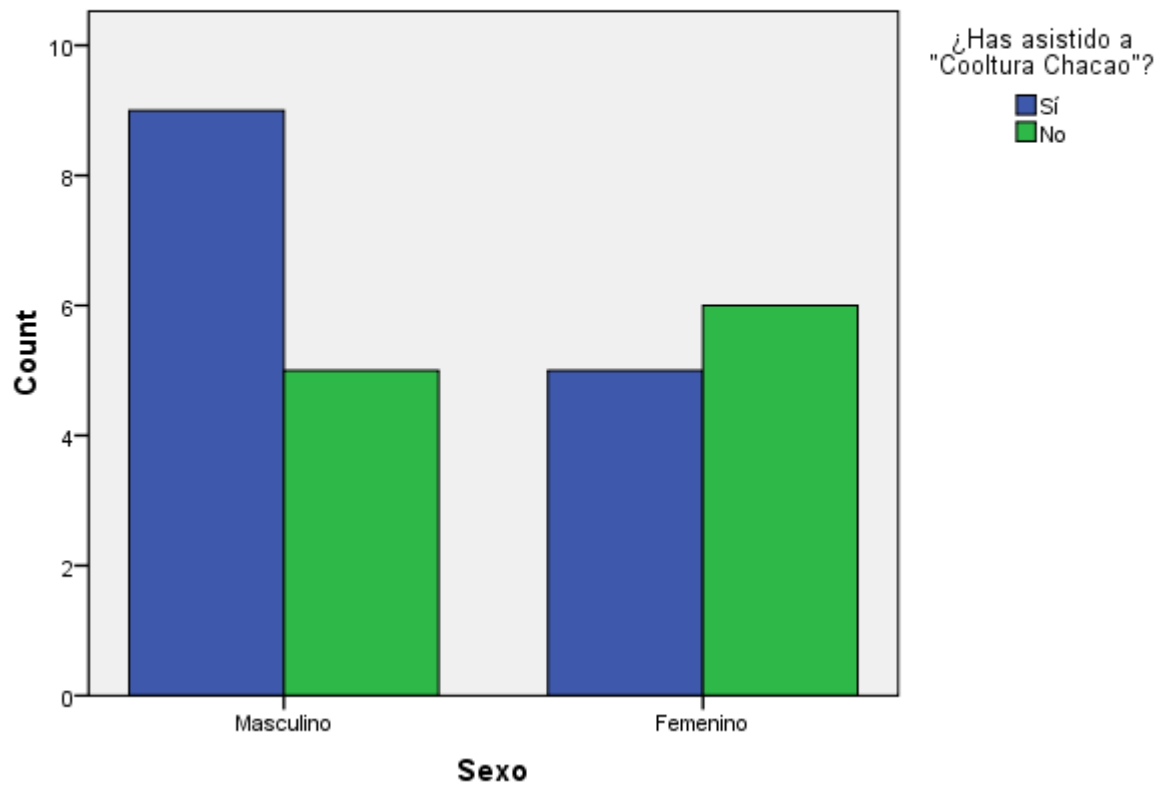
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,185	,346
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

Crosstab

		¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	3	11	14
	Femenino	1	10	11
	Total	4	21	25

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,698 ^a	1	,404	,604	,396
Continuity Correction ^b	,082	1	,775		
Likelihood Ratio	,733	1	,392		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,670	1	,413		
N of Valid Cases	25				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,76.

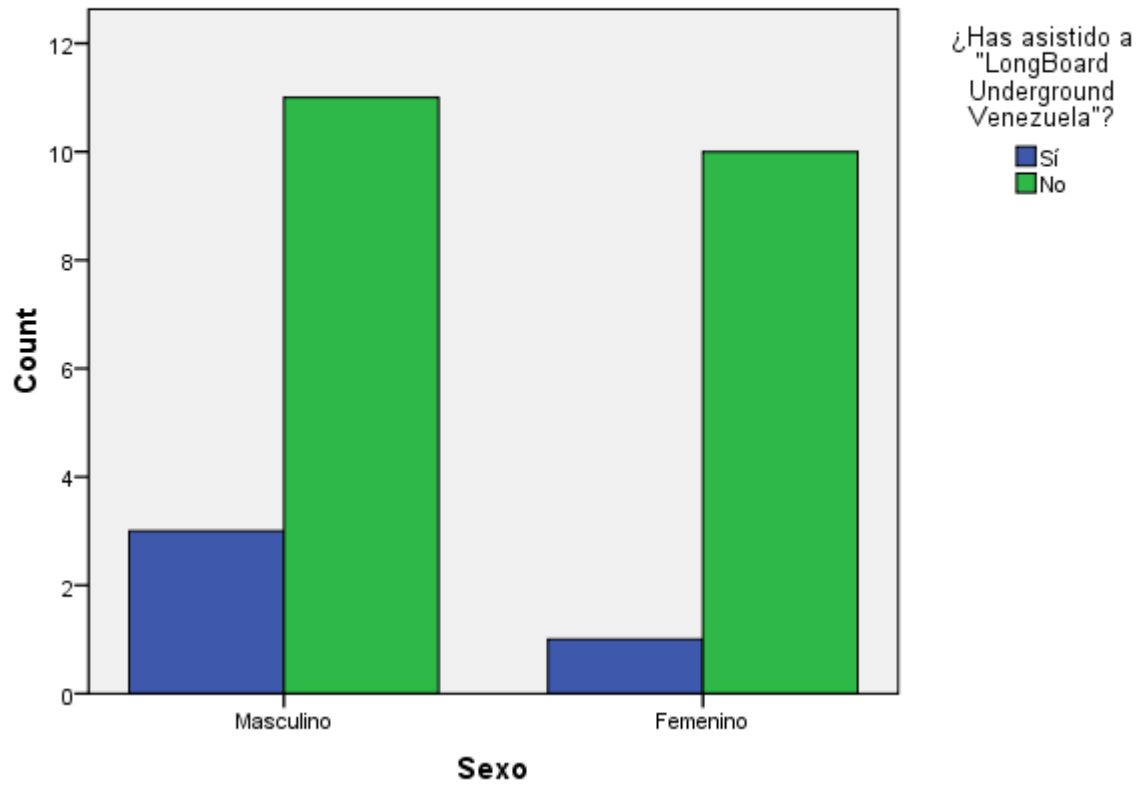
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,165	,404
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿No has asistido a ninguno?

Crosstab

		¿No has asistido a ninguno?	
		No	Total
Sexo	Masculino	14	14
	Femenino	11	11
	Total	25	25

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value
Pearson Chi-Square	. ^a
N of Valid Cases	25

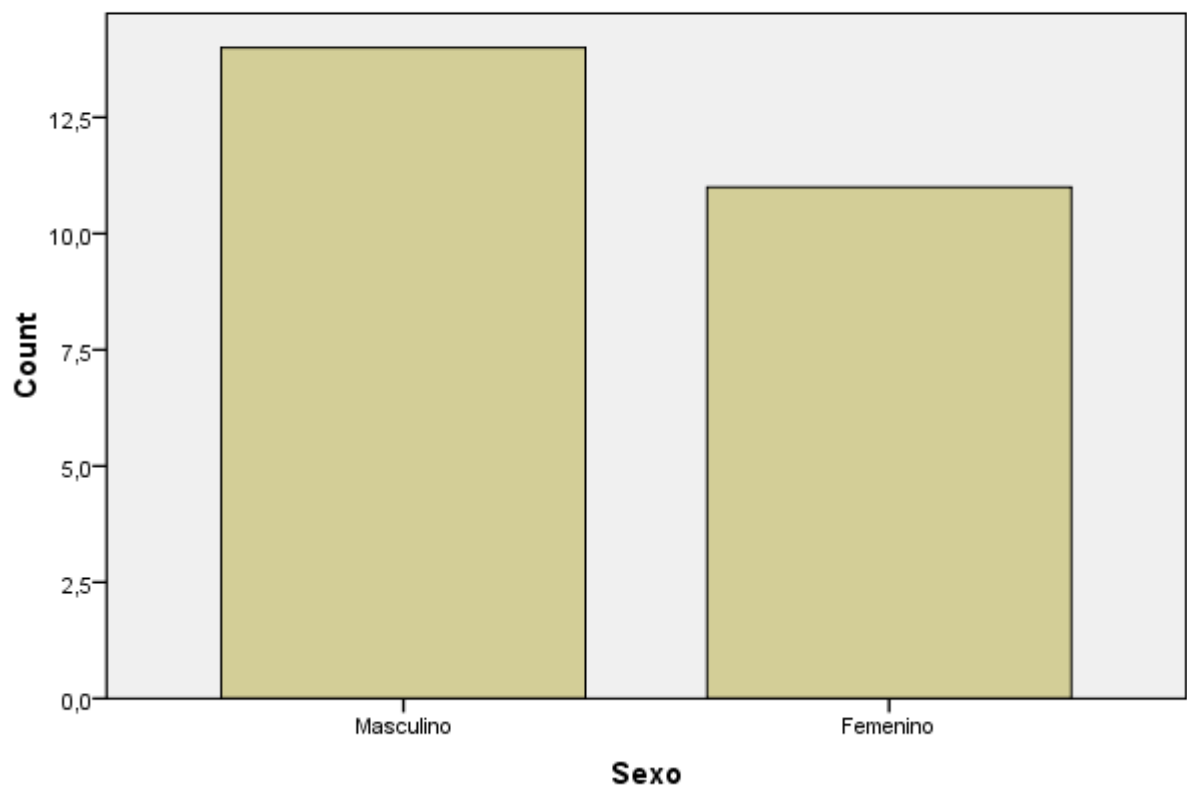
a. No statistics are computed because ¿No has asistido a ninguno? is a constant.

Symmetric Measures

	Value
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	. ^a
N of Valid Cases	25

a. No statistics are computed because ¿No has asistido a ninguno? is a constant.

Bar Chart



ANEXOS M

Sexo * ¿Leerías una revista digital de corte underground?

Crosstab

Count

		¿Leerías una revista digital de corte underground?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	11	3	14
	Femenino	9	2	11
	Total	20	5	25

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,041 ^a	1	,840	1,000	,622
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,041	1	,840		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,039	1	,844		
N of Valid Cases	25				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,20.

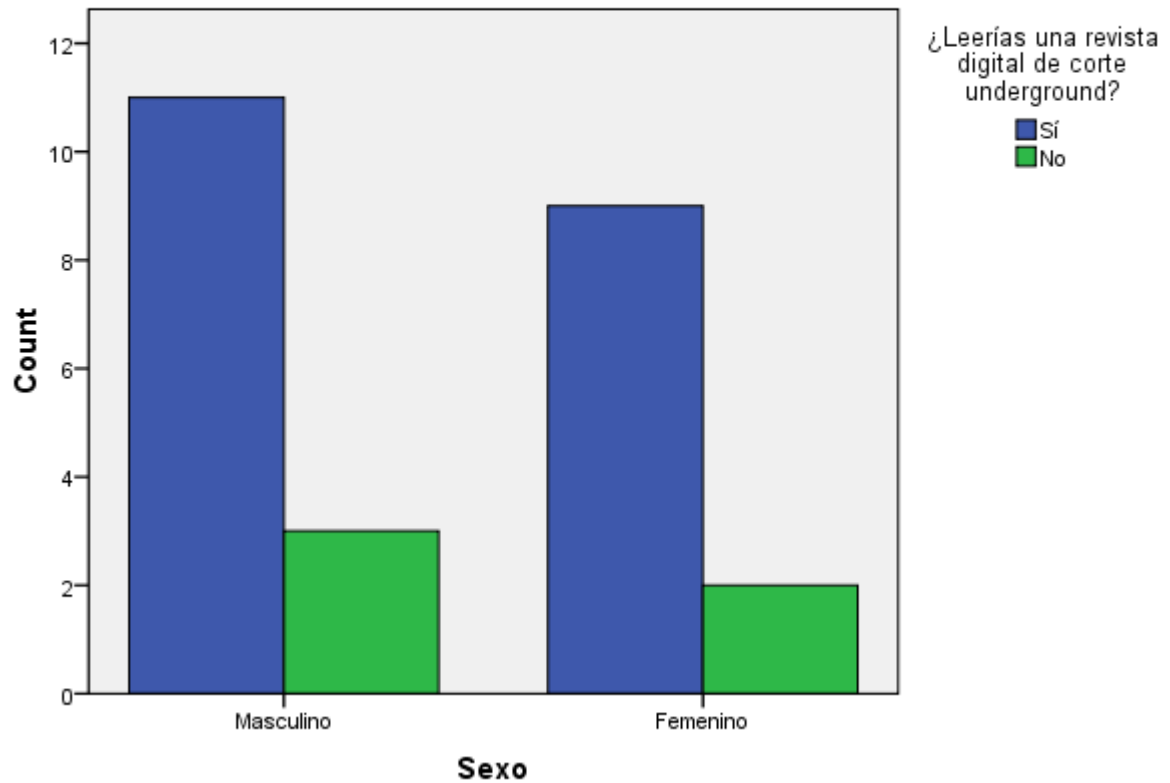
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,040	,840
	N of Valid Cases	25	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Música?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	9	2	11
	Femenino	9	0	9
	Total	18	2	20

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,818 ^a	1	,178	,479	,289
Continuity Correction ^b	,359	1	,549		
Likelihood Ratio	2,572	1	,109		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	1,727	1	,189		
N of Valid Cases	20				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,90.

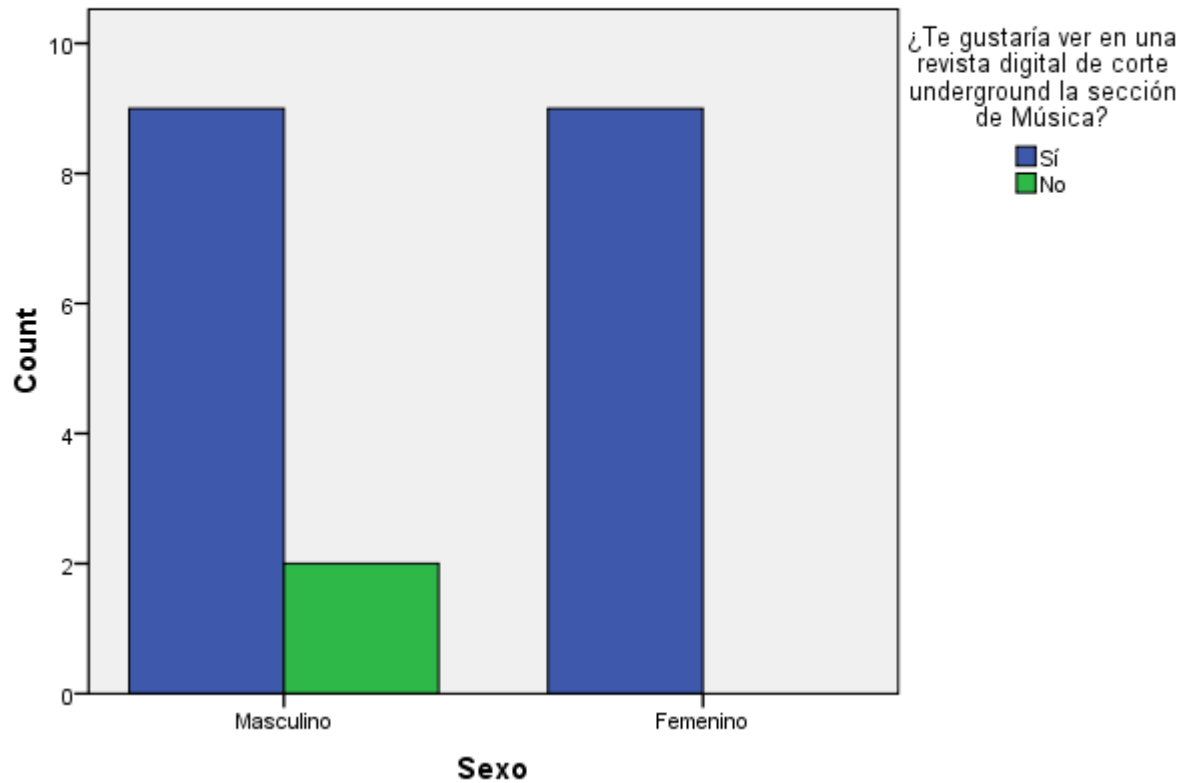
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,289	,178
	N of Valid Cases	20	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Próximos Eventos?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	7	4	11
	Femenino	5	4	9
	Total	12	8	20

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,135 ^a	1	,714	1,000	,535
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,135	1	,714		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,128	1	,721		
N of Valid Cases	20				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,60.

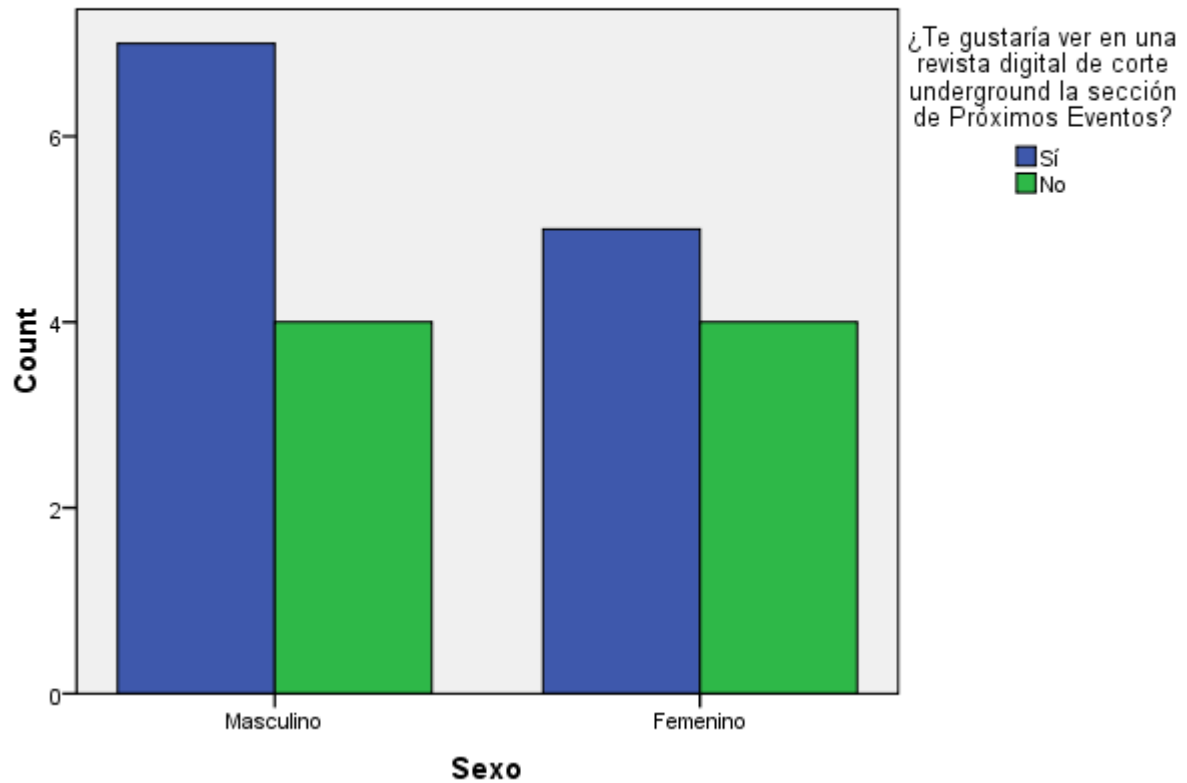
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,082	,714
	N of Valid Cases	20	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Entrevistas?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	4	7	11
	Femenino	4	5	9
	Total	8	12	20

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,135 ^a	1	,714	1,000	,535
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,135	1	,714		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,128	1	,721		
N of Valid Cases	20				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,60.

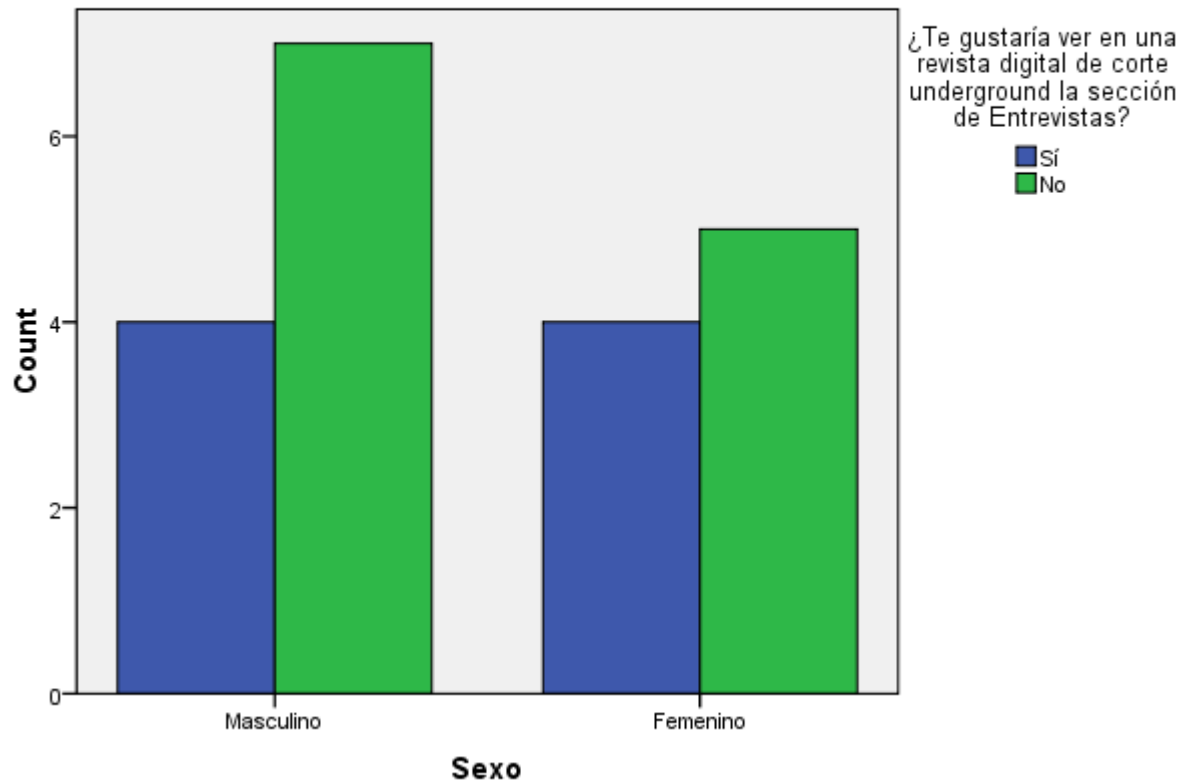
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,082	,714
	N of Valid Cases	20	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Diseño?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	11	0	11
	Femenino	7	2	9
	Total	18	2	20

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,716 ^a	1	,099	,189	,189
Continuity Correction ^b	,808	1	,369		
Likelihood Ratio	3,469	1	,063		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	2,580	1	,108		
N of Valid Cases	20				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,90.

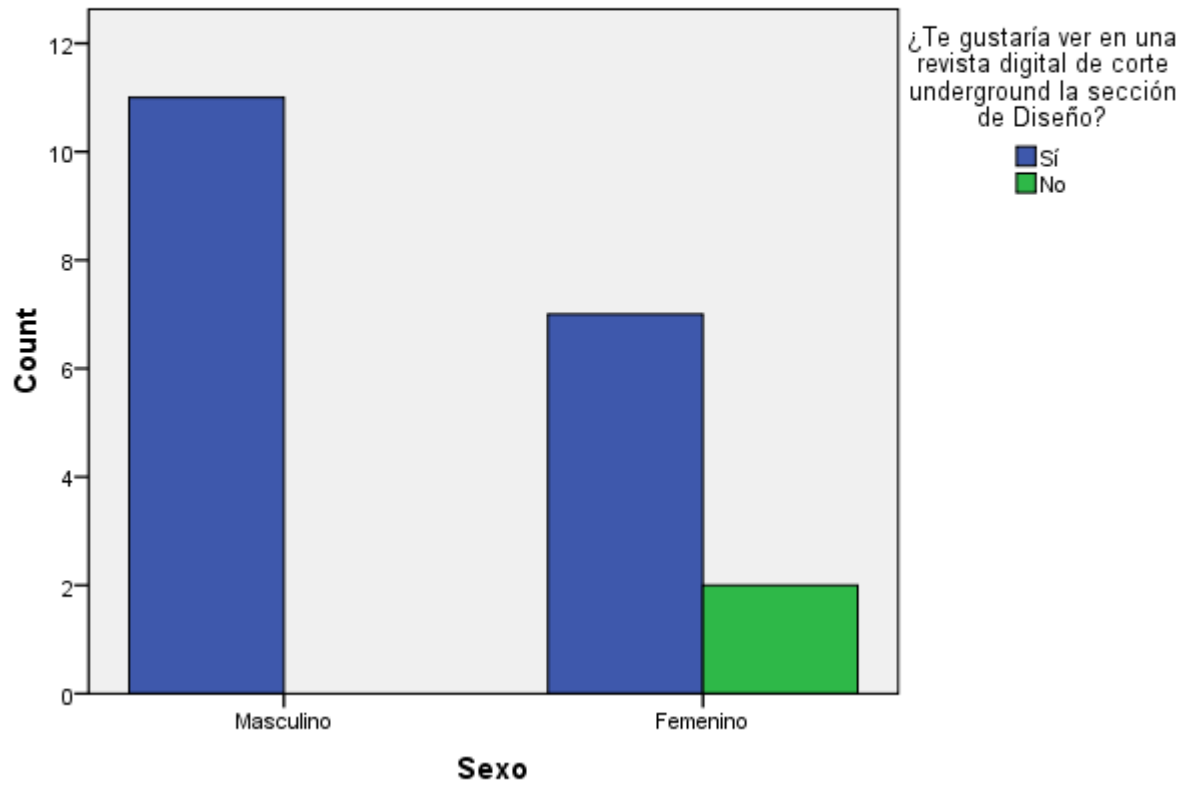
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,346	,099
	N of Valid Cases	20	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Danza?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	0	11	11
	Femenino	3	6	9
	Total	3	17	20

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	4,314 ^a	1	,038	,074	,074
Continuity Correction ^b	2,095	1	,148		
Likelihood Ratio	5,451	1	,020		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	4,098	1	,043		
N of Valid Cases	20				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,35.

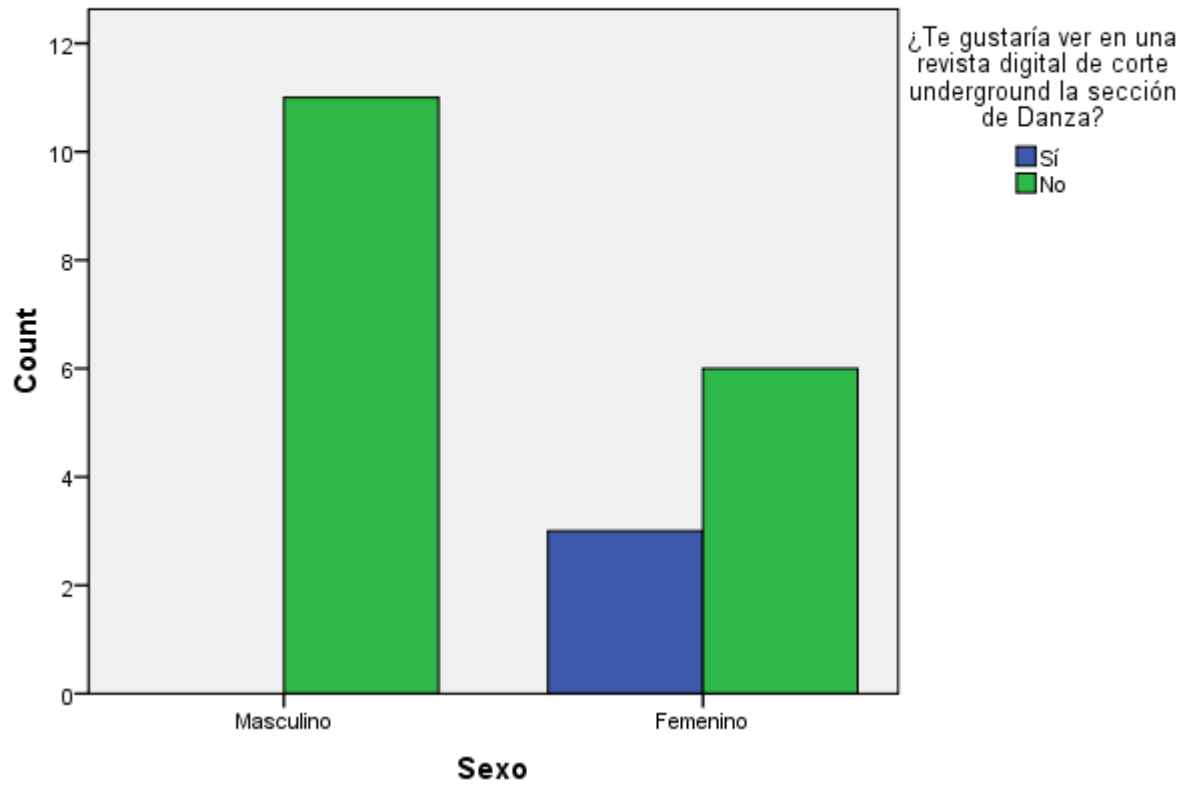
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,421	,038
	N of Valid Cases	20	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Orfebrería?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	0	11	11
	Femenino	2	7	9
	Total	2	18	20

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,716 ^a	1	,099	,189	,189
Continuity Correction ^b	,808	1	,369		
Likelihood Ratio	3,469	1	,063		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	2,580	1	,108		
N of Valid Cases	20				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,90.

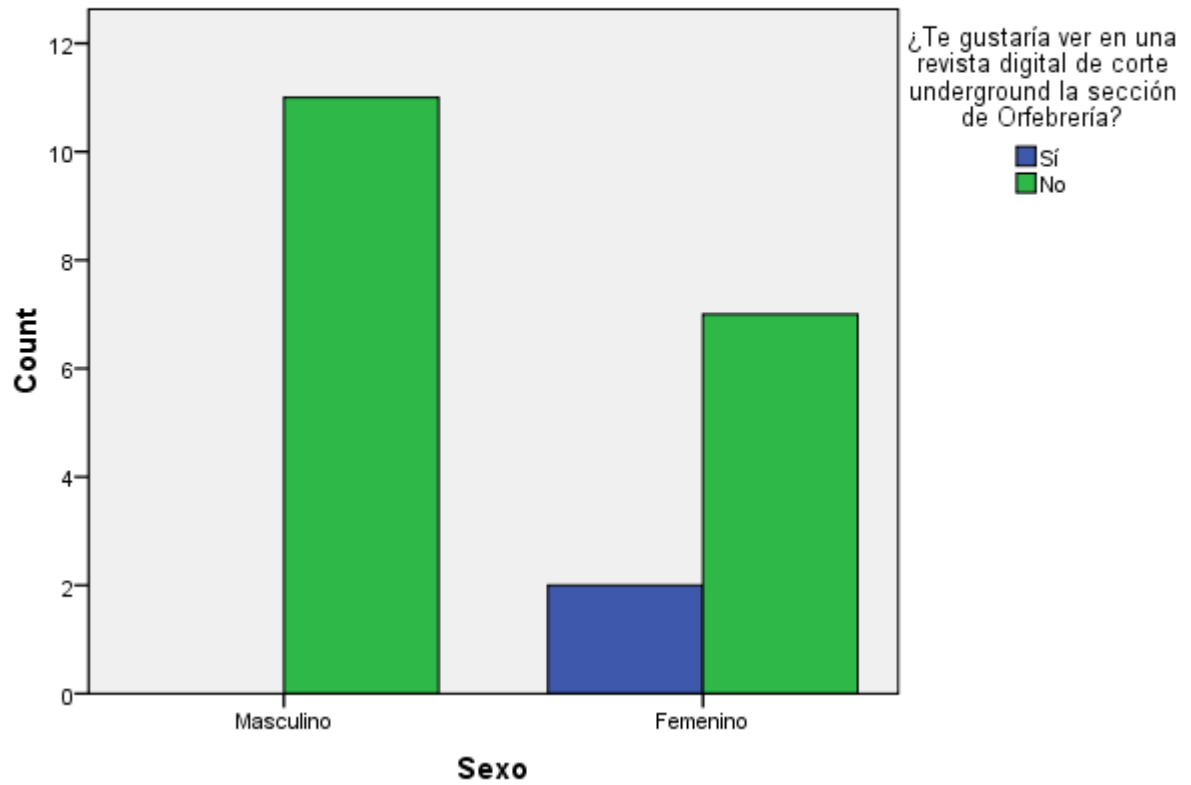
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,346	,099
	N of Valid Cases	20	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Actualidad?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	6	5	11
	Femenino	5	4	9
	Total	11	9	20

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,002 ^a	1	,964	1,000	,658
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,002	1	,964		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,002	1	,965		
N of Valid Cases	20				

a. 3 cells (75,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,05.

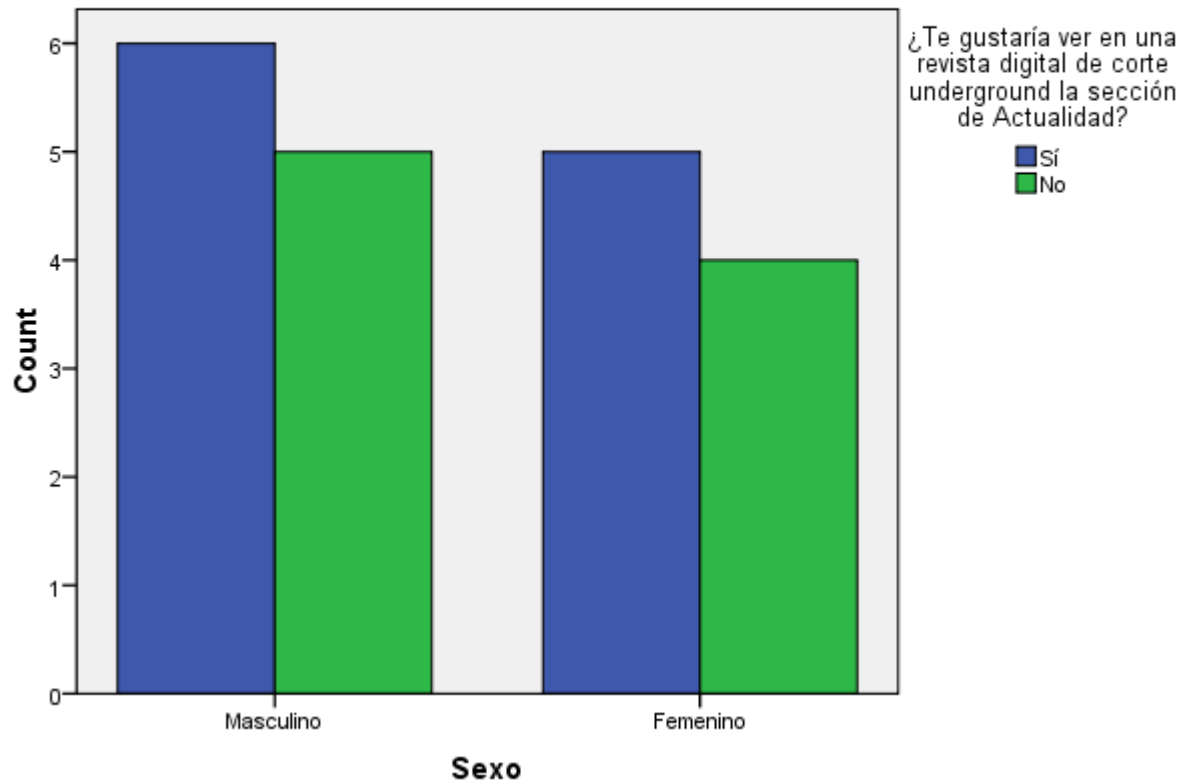
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,010	,964
	N of Valid Cases	20	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría ver en una revista digital de corte underground la sección de Cine y Teatro?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	10	1	11
	Femenino	6	3	9
	Total	16	4	20

ANEXOS M

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,818 ^a	1	,178	,285	,217
Continuity Correction ^b	,619	1	,432		
Likelihood Ratio	1,857	1	,173		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	1,727	1	,189		
N of Valid Cases	20				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,80.

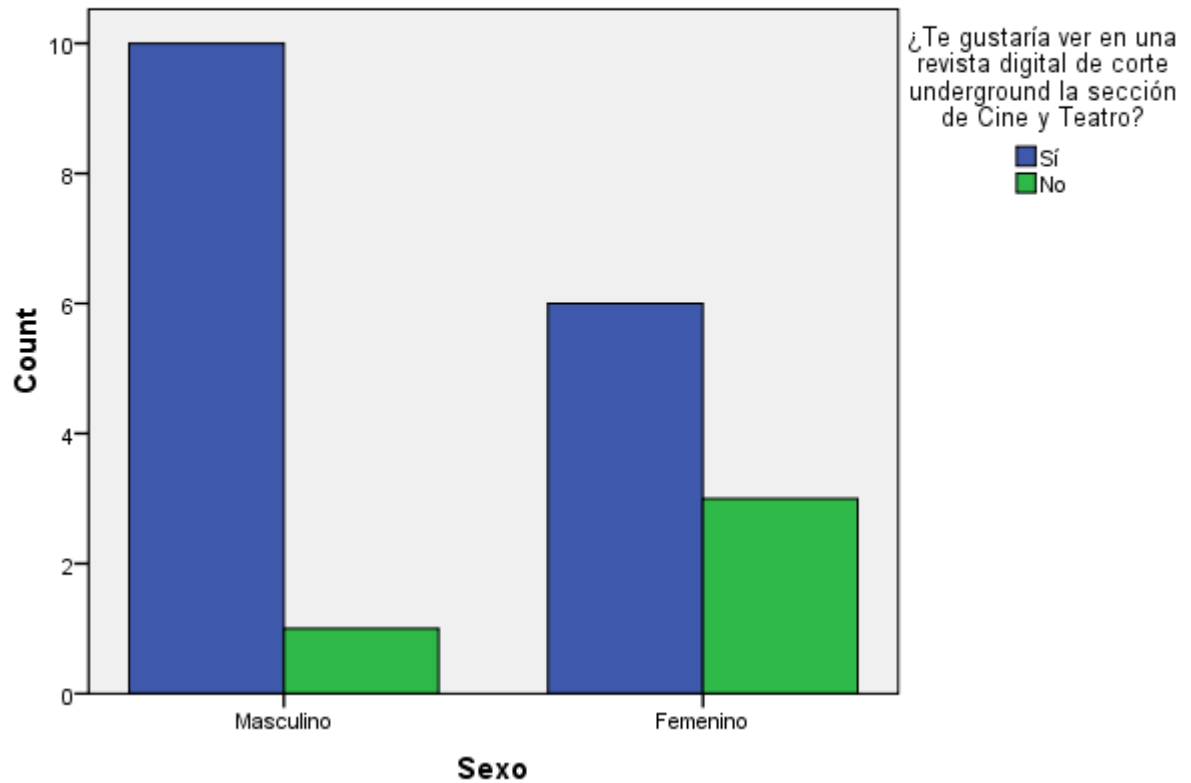
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,289	,178
	N of Valid Cases	20	

ANEXOS M

Bar Chart



Sexo * ¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?

Crosstab

Count

		¿Con cuánta frecuencia te gustaría encontrar una nueva edición de la revista?			Total
		Semanal	Quincenal	Mensual	
Sexo	Masculino	2	4	5	11
	Femenino	2	4	3	9
	Total	4	8	8	20

ANEXOS M

Chi-Square Tests

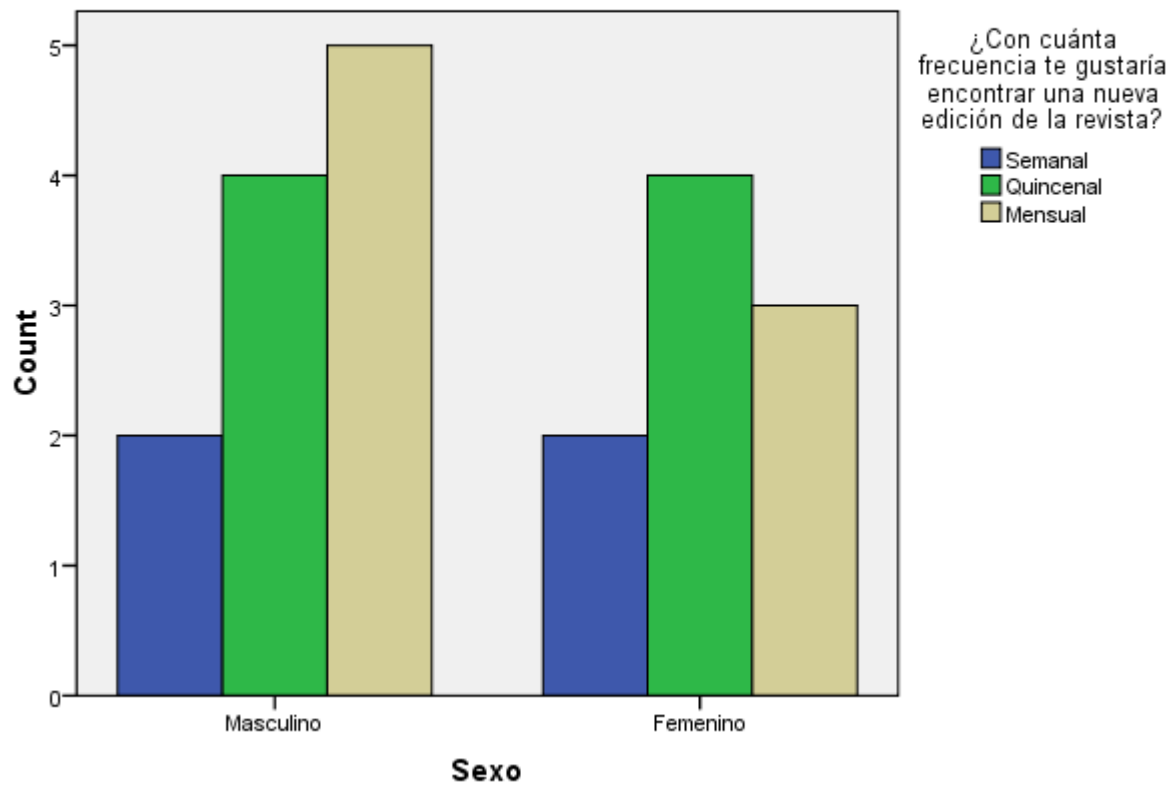
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,303 ^a	2	,859
Likelihood Ratio	,305	2	,859
Linear-by-Linear Association	,219	1	,640
N of Valid Cases	20		

a. 6 cells (100,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,80.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,122	,859
	N of Valid Cases	20	

Bar Chart



ANEXOS M

Sexo * ¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?

Crosstab

Count

		¿Te gustaría dar tu opinión sobre ciertos temas a través de encuestas?		Total
		Sí	No	
Sexo	Masculino	7	4	11
	Femenino	6	3	9
	Total	13	7	20

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,020 ^a	1	,888	1,000	,630
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,020	1	,888		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,019	1	,890		
N of Valid Cases	20				

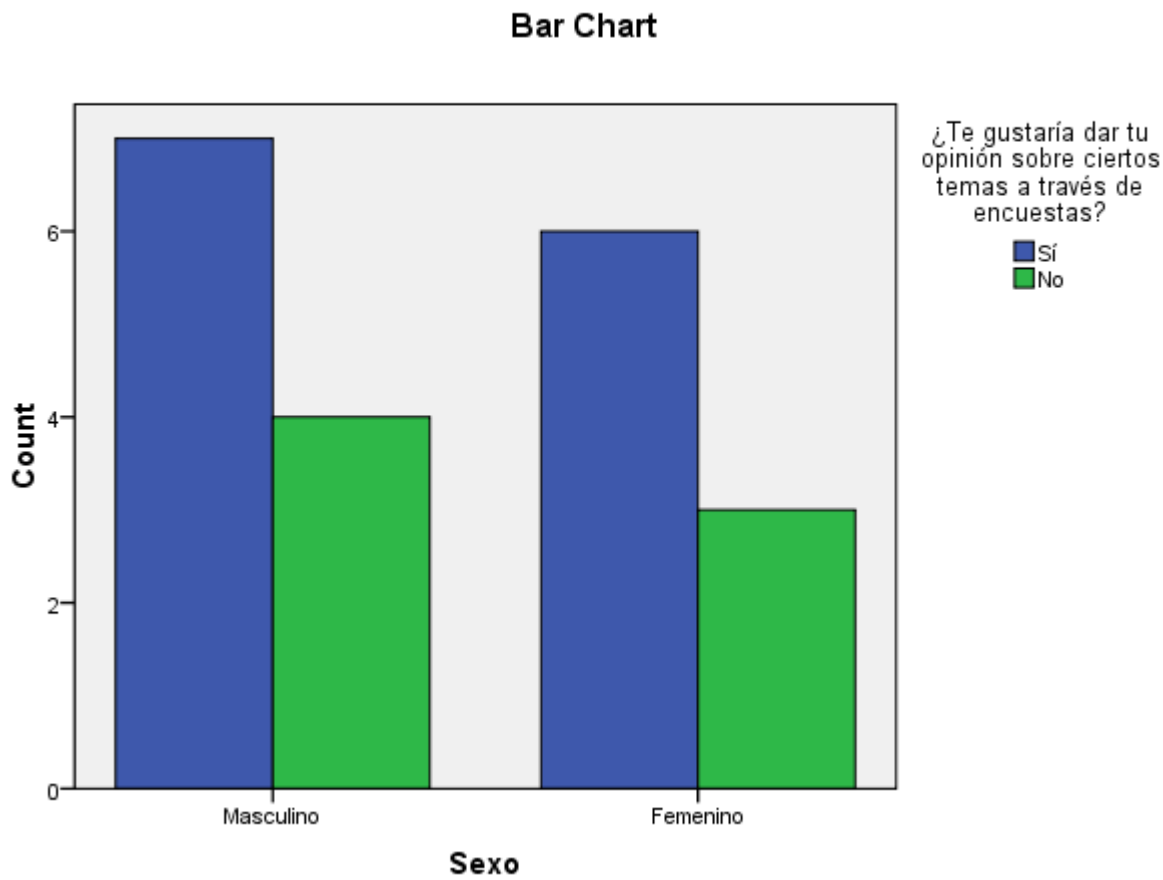
a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,15.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,032	,888
	N of Valid Cases	20	

ANEXOS M



ANEXOS N

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Sexo * ¿Qué tipo de revistas prefieres leer?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%

Sexo * ¿Qué tipo de revistas prefieres leer? Crosstabulation

Count

		¿Qué tipo de revistas prefieres leer?				
		Especializadas	Variedades	Políticas	Deportivas	De Economía
Sexo	Masculino	32	12	1	28	1
	Femenino	26	66	3	5	0
	Total	58	78	4	33	1

Sexo * ¿Qué tipo de revistas prefieres leer? Crosstabulation

Count

		¿Qué tipo de revistas prefieres leer?			Total
		De Actualidad	Juveniles	Corporativas	
Sexo	Masculino	4	1	0	79
	Femenino	12	8	1	121
	Total	16	9	1	200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	60,320 ^a	7	,000
Likelihood Ratio	64,771	7	,000
Linear-by-Linear Association	,036	1	,849
N of Valid Cases	200		

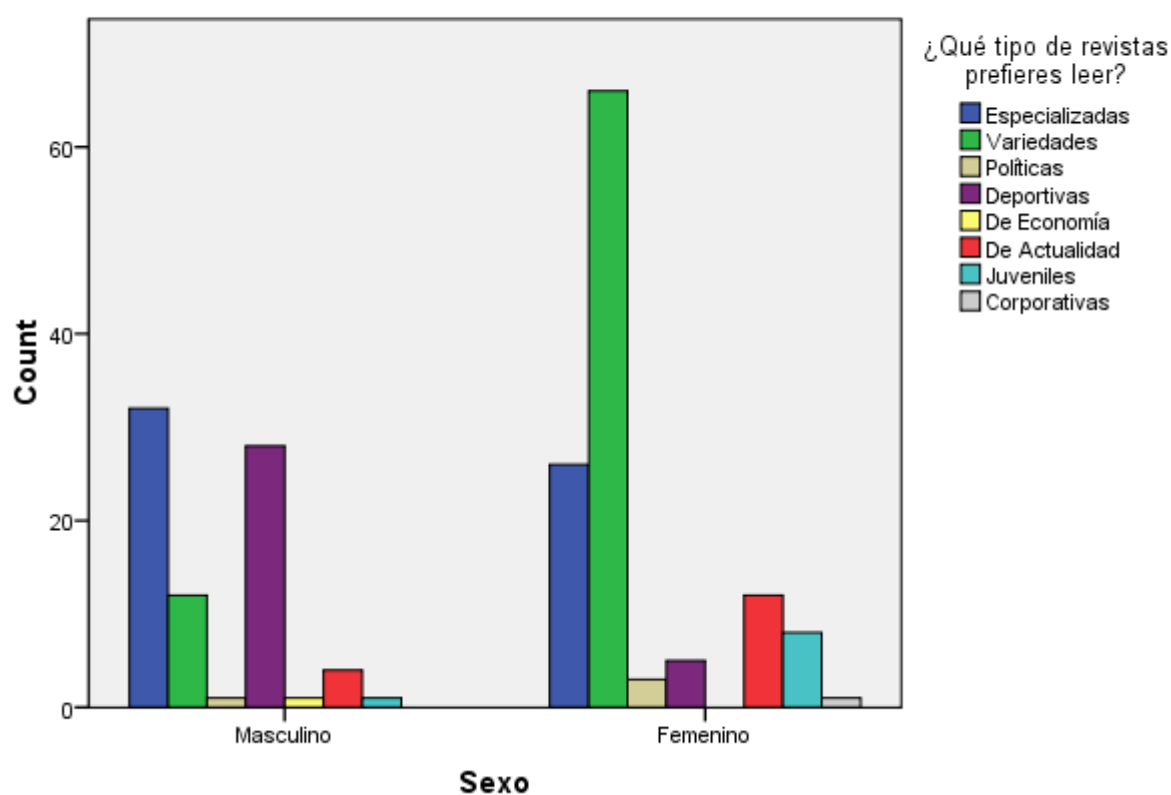
a. 7 cells (43,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,40.

ANEXOS N

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,481	,000
	N of Valid Cases	200	

Bar Chart



ANEXOS Ñ

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
¿Te identificas con este estilo? * ¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
¿Te identificas con este estilo? * ¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
¿Te identificas con este estilo? * ¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
¿Te identificas con este estilo? * ¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
¿Te identificas con este estilo? * ¿No has asistido a ninguno?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
¿Te identificas con este estilo? * ¿Leerías una revista digital de corte underground?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%

¿Te identificas con este estilo? * ¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

Crosstab

Count

		¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?		Total
		Sí	No	
¿Te identificas con este estilo?	Sí	56	11	67
	No	77	56	133
	Total	133	67	200

ANEXOS Ñ

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	13,197 ^a	1	,000		
Continuity Correction ^b	12,069	1	,001		
Likelihood Ratio	14,182	1	,000		
Fisher's Exact Test				,000	,000
Linear-by-Linear Association	13,131	1	,000		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 22,45.

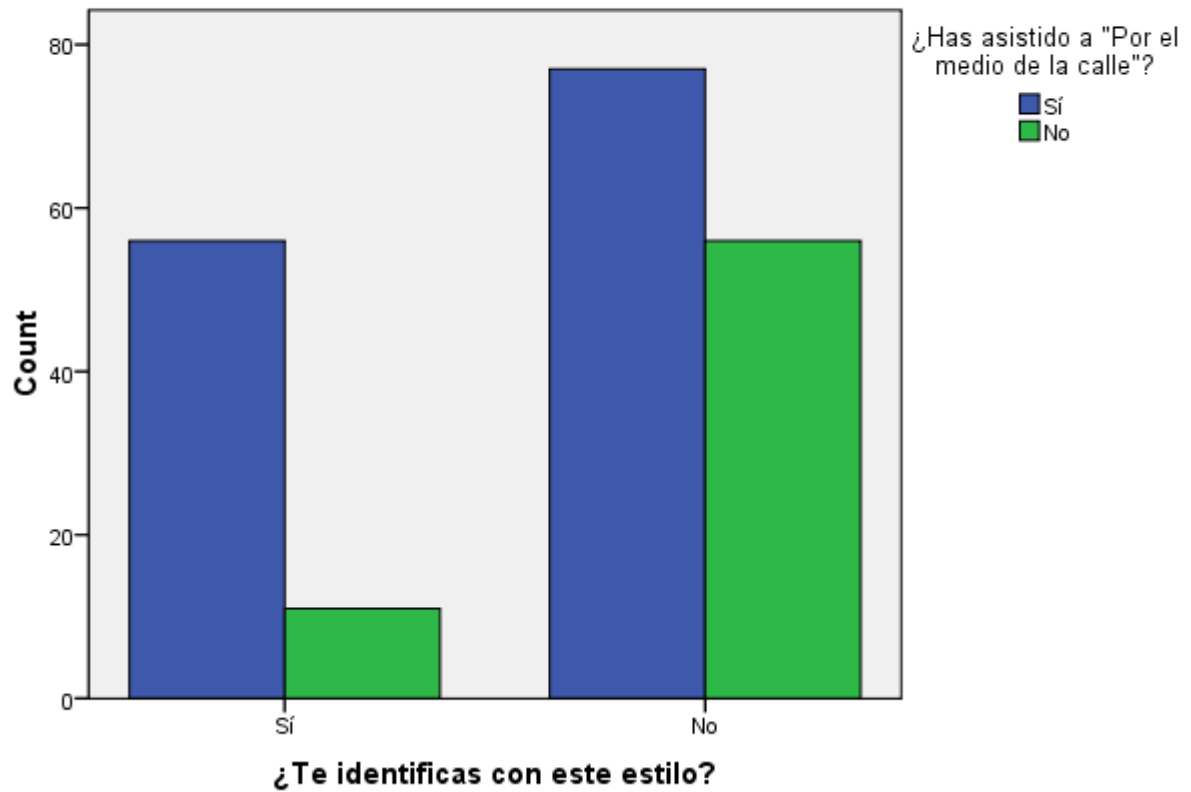
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,249	,000
N of Valid Cases	200	

ANEXOS Ñ

Bar Chart



¿Te identificas con este estilo? * ¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

Crosstab

		¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?		Total
		Sí	No	
¿Te identificas con este estilo?	Sí	40	27	67
	No	56	77	133
	Total	96	104	200

ANEXOS Ñ

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	5,527 ^a	1	,019	,024	,014
Continuity Correction ^b	4,845	1	,028		
Likelihood Ratio	5,548	1	,019		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	5,499	1	,019		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 32,16.

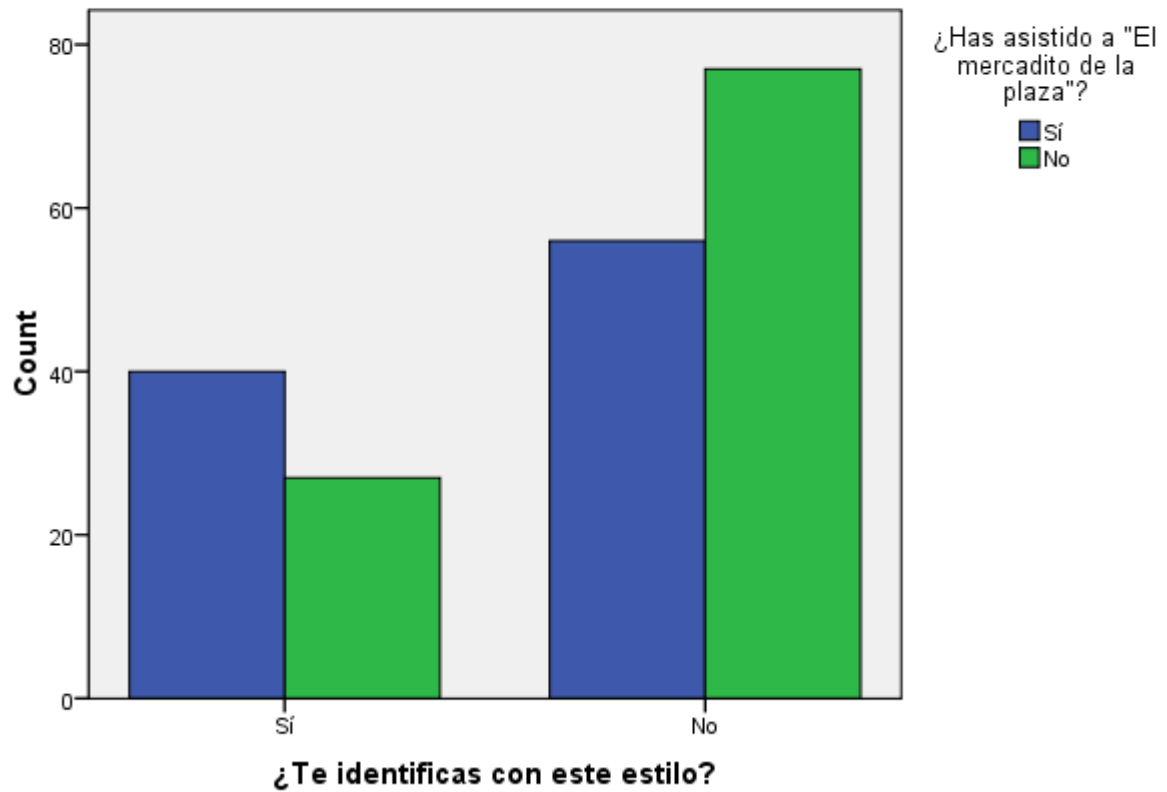
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,164	,019
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS Ñ

Bar Chart



¿Te identificas con este estilo? * ¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?

Crosstab

		¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?		Total
		Sí	No	
¿Te identificas con este estilo?	Sí	30	37	67
	No	44	89	133
	Total	74	126	200

ANEXOS Ñ

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,614 ^a	1	,106		
Continuity Correction ^b	2,136	1	,144		
Likelihood Ratio	2,586	1	,108		
Fisher's Exact Test				,122	,072
Linear-by-Linear Association	2,601	1	,107		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 24,79.

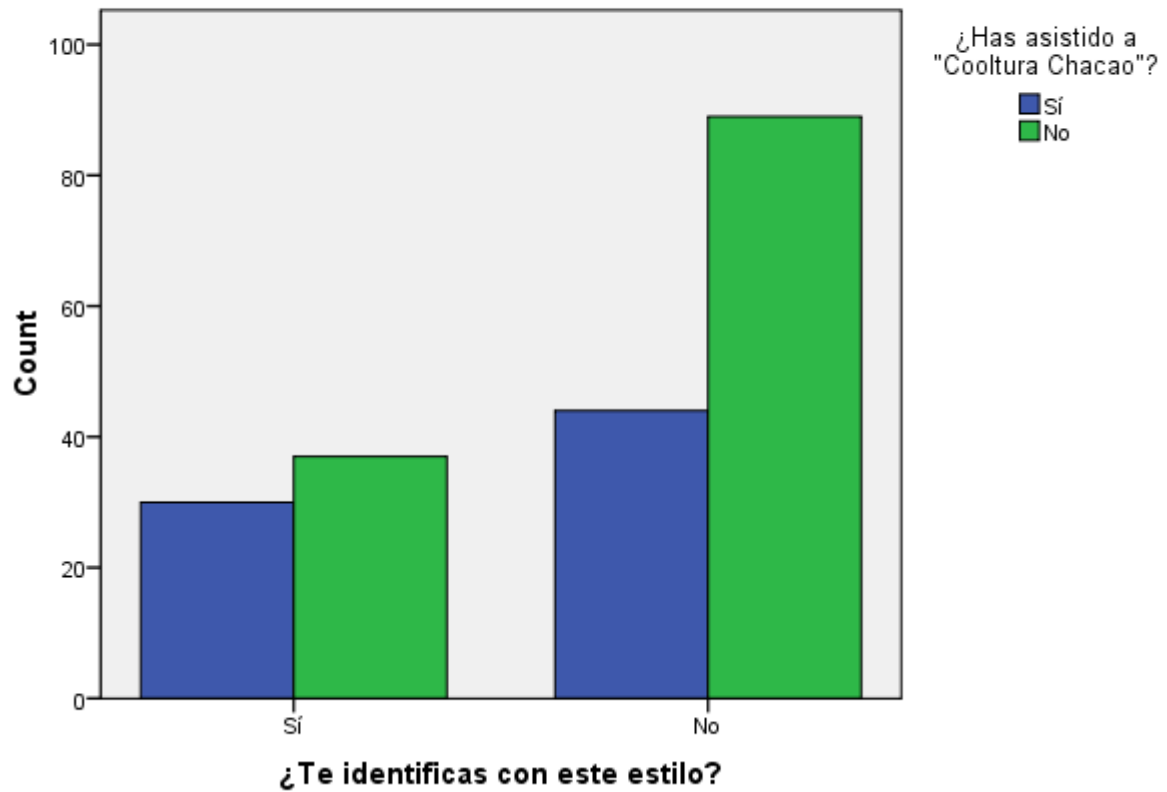
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,114	,106
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS Ñ

Bar Chart



¿Te identificas con este estilo? * ¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

Crosstab

Count

		¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?		Total
		Sí	No	
¿Te identificas con este estilo?	Sí	12	55	67
	No	9	124	133
	Total	21	179	200

ANEXOS Ñ

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	5,887 ^a	1	,015	,026	,016
Continuity Correction ^b	4,761	1	,029		
Likelihood Ratio	5,535	1	,019		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	5,858	1	,016		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,04.

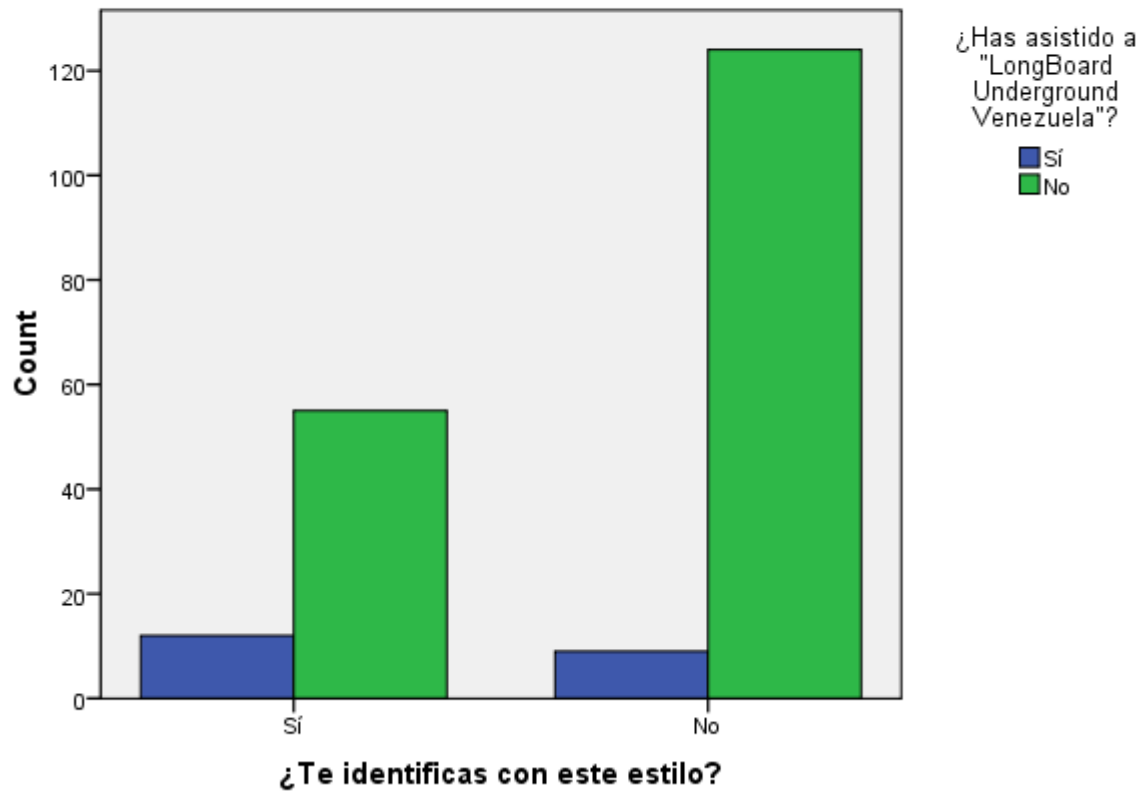
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,169	,015
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS Ñ

Bar Chart



¿Te identificas con este estilo? * ¿No has asistido a ninguno?

Crosstab

Count

		¿No has asistido a ninguno?		Total
		Sí	No	
¿Te identificas con este estilo?	Sí	4	63	67
	No	40	93	133
	Total	44	156	200

Chi-Square Tests

ANEXOS Ñ

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	15,087 ^a	1	,000	,000	,000
Continuity Correction ^b	13,715	1	,000		
Likelihood Ratio	17,801	1	,000		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	15,011	1	,000		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14,74.

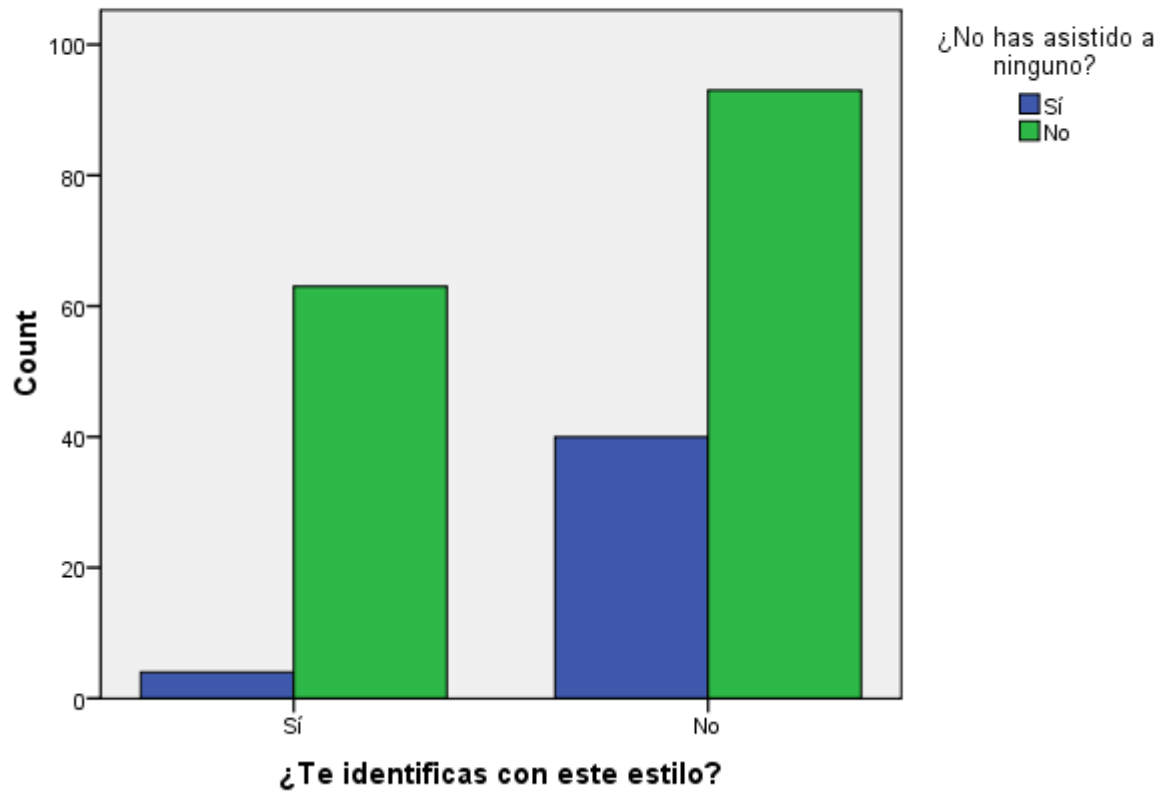
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,265	,000
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS Ñ

Bar Chart



¿Te identificas con este estilo? * ¿Leerías una revista digital de corte underground?

Crosstab

		¿Leerías una revista digital de corte underground?		Total
		Sí	No	
¿Te identificas con este estilo?	Sí	63	4	67
	No	102	31	133
	Total	165	35	200

ANEXOS Ñ

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	9,277 ^a	1	,002	,003	,001
Continuity Correction ^b	8,115	1	,004		
Likelihood Ratio	10,756	1	,001		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	9,231	1	,002		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,73.

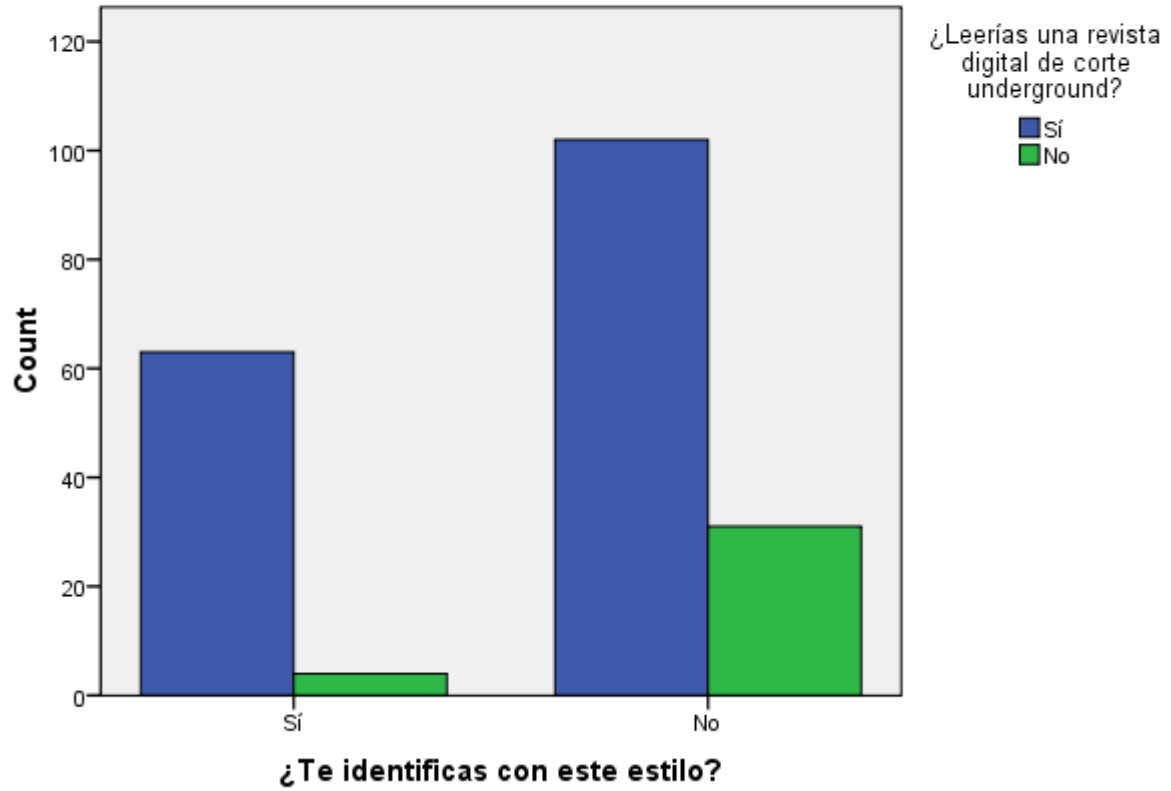
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,211	,002
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS Ñ

Bar Chart



ANEXOS O

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
¿Conoces el término Underground? * ¿Te identificas con este estilo?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
¿Conoces el término Underground? * ¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
¿Conoces el término Underground? * ¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
¿Conoces el término Underground? * ¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
¿Conoces el término Underground? * ¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%
¿Conoces el término Underground? * ¿No has asistido a ninguno?	200	100,0%	0	,0%	200	100,0%

¿Conoces el término Underground? * ¿Te identificas con este estilo?

Crosstab

Count

		¿Te identificas con este estilo?		
		Sí	No	Total
¿Conoces el término Underground?	Sí	53	99	152
	No	14	34	48

ANEXOS O

Crosstab

Count

		¿Te identificas con este estilo?		Total
		Sí	No	
¿Conoces el término	Sí	53	99	152
Underground?	No	14	34	48
	Total	67	133	200

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,532 ^a	1	,466	,490	,292
Continuity Correction ^b	,307	1	,579		
Likelihood Ratio	,541	1	,462		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,530	1	,467		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 16,08.

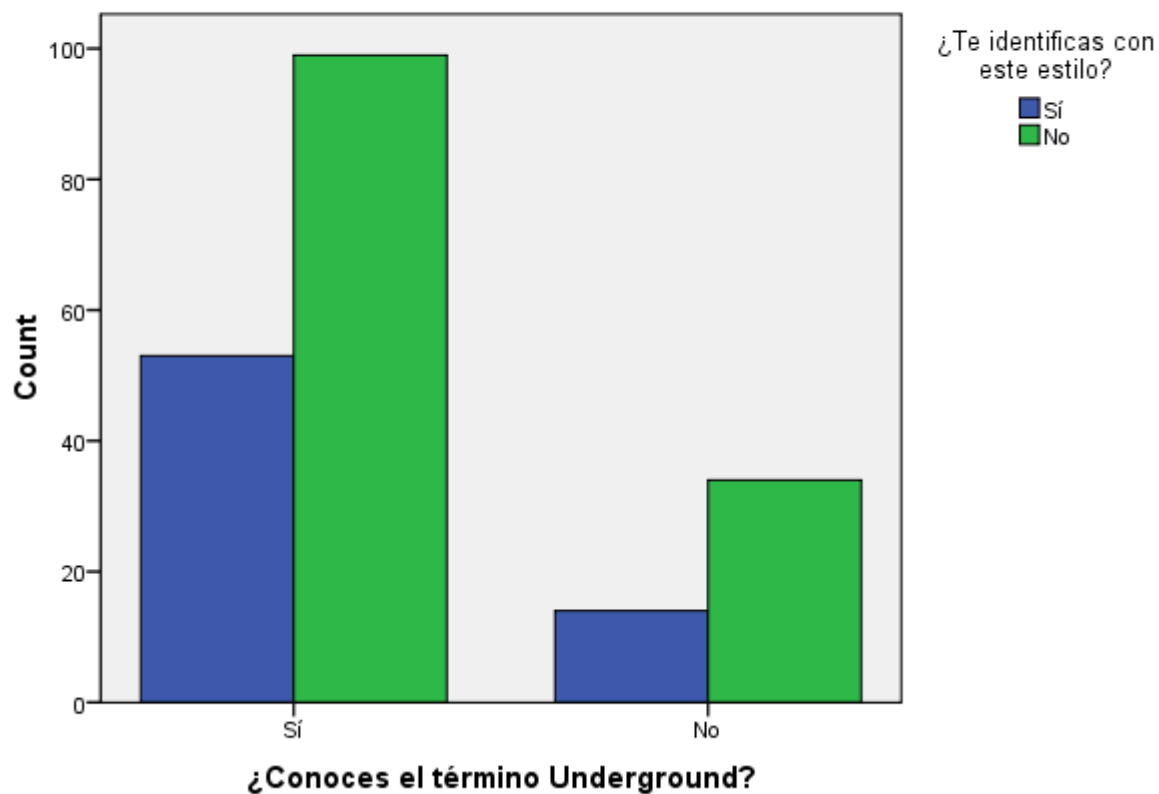
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,052	,466
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS O

Bar Chart



¿Conoces el término Underground? * ¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

Crosstab

		¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?		Total
		Sí	No	
¿Conoces el término Underground?	Sí	110	42	152
	No	23	25	48
	Total	133	67	200

ANEXOS O

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	9,791 ^a	1	,002	,003	,002
Continuity Correction ^b	8,724	1	,003		
Likelihood Ratio	9,417	1	,002		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	9,742	1	,002		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 16,08.

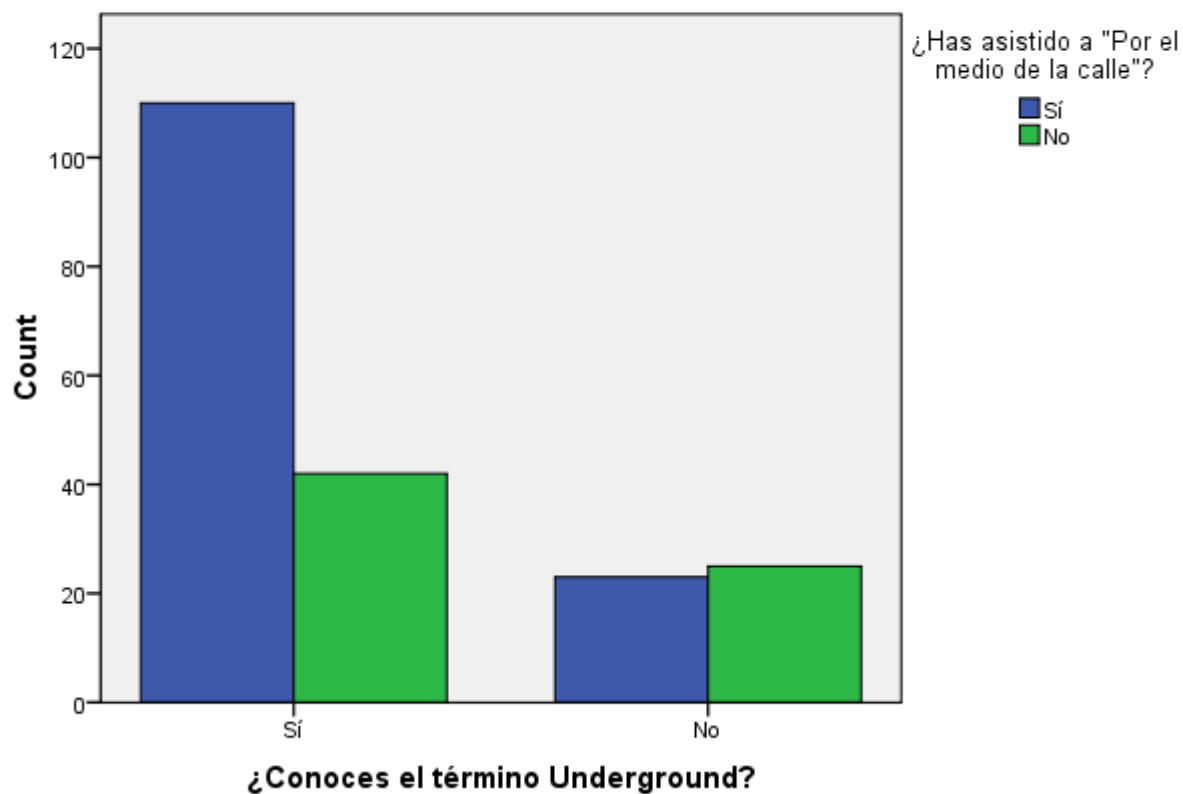
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,216	,002
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS O

Bar Chart



¿Conoces el término Underground? * ¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

Crosstab

		¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?		Total
		Sí	No	
¿Conoces el término Underground?	Sí	83	69	152
	No	13	35	48
	Total	96	104	200

ANEXOS O

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	11,071 ^a	1	,001	,001	,001
Continuity Correction ^b	9,995	1	,002		
Likelihood Ratio	11,441	1	,001		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	11,015	1	,001		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 23,04.

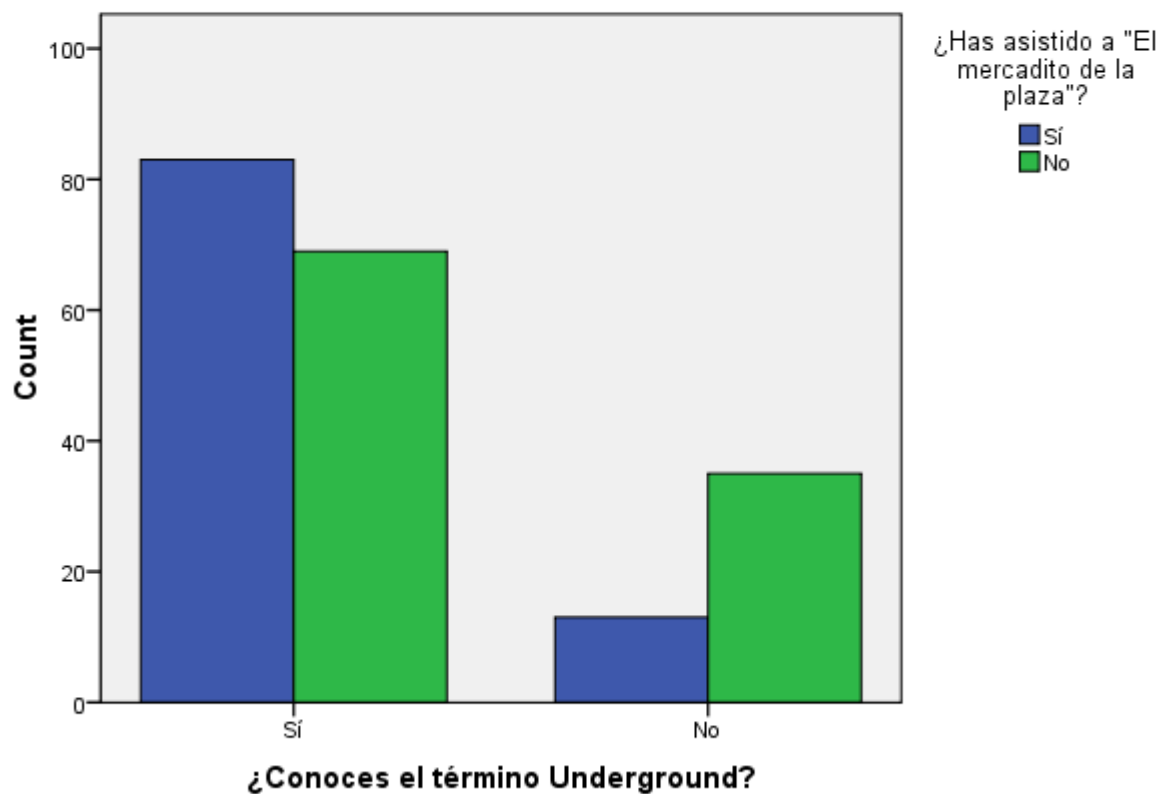
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,229	,001
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS O

Bar Chart



¿Conoces el término Underground? * ¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?

Crosstab

		¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?		Total
		Sí	No	
¿Conoces el término Underground?	Sí	63	89	152
	No	11	37	48
	Total	74	126	200

ANEXOS O

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	5,374 ^a	1	,020	,025	,014
Continuity Correction ^b	4,608	1	,032		
Likelihood Ratio	5,661	1	,017		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	5,347	1	,021		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 17,76.

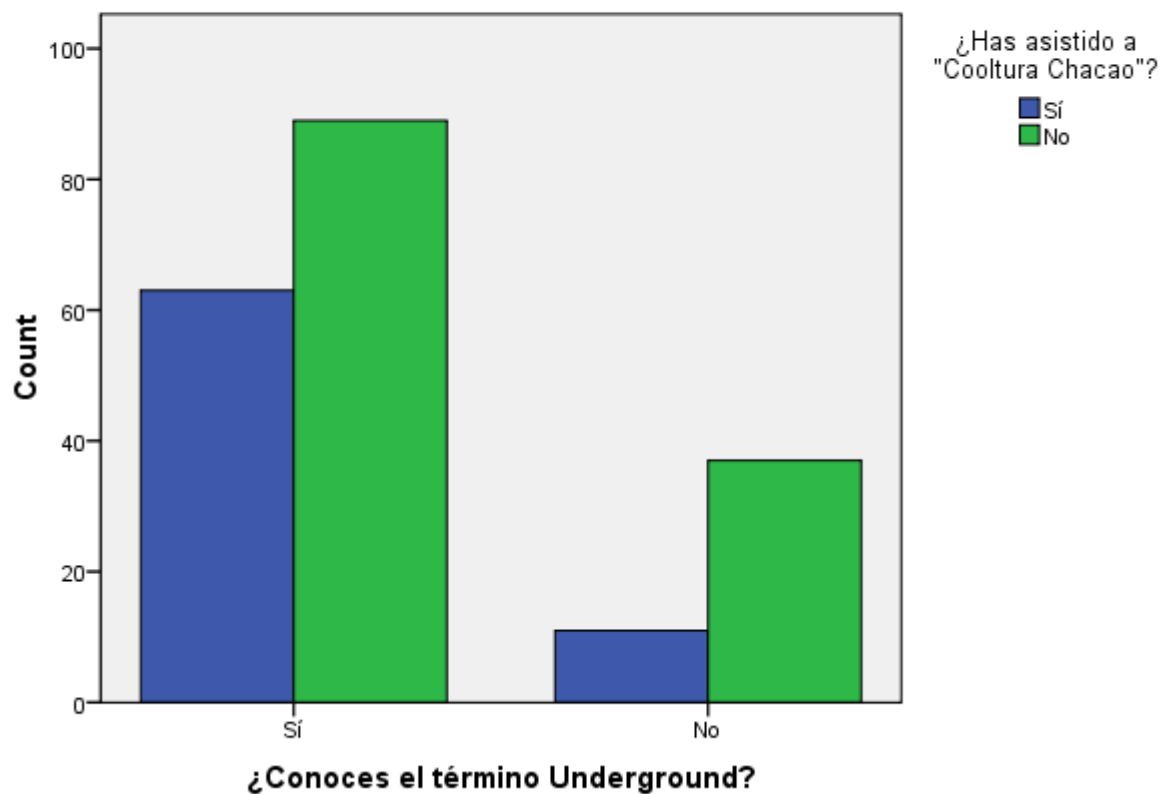
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,162	,020
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS O

Bar Chart



¿Conoces el término Underground? * ¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

Crosstab

		¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?		Total
		Sí	No	
¿Conoces el término Underground?	Sí	14	138	152
	No	7	41	48
	Total	21	179	200

ANEXOS O

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,121 ^a	1	,290	,289	,211
Continuity Correction ^b	,622	1	,430		
Likelihood Ratio	1,049	1	,306		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	1,115	1	,291		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,04.

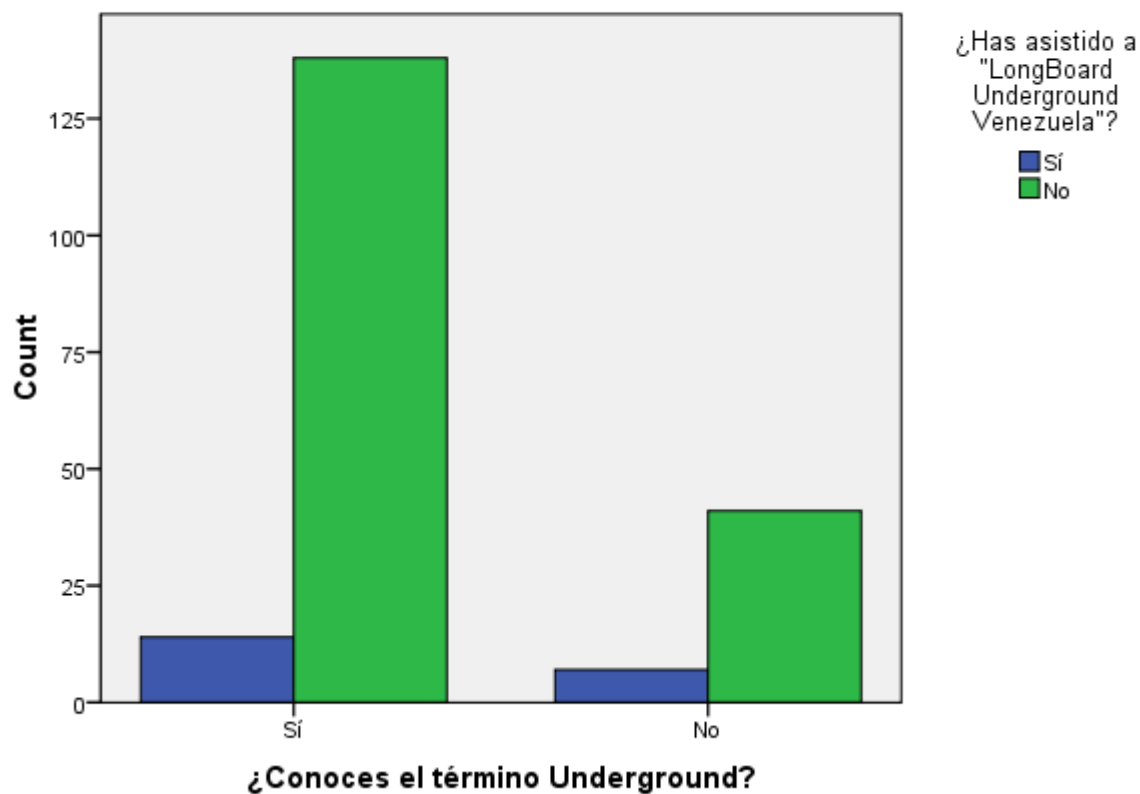
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,075	,290
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS O

Bar Chart



¿Conoces el término Underground? * ¿No has asistido a ninguno?

Crosstab

		¿No has asistido a ninguno?		Total
		Sí	No	
¿Conoces el término Underground?	Sí	26	126	152
	No	18	30	48
	Total	44	156	200

Chi-Square Tests

ANEXOS O

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	8,842 ^a	1	,003	,005	,004
Continuity Correction ^b	7,694	1	,006		
Likelihood Ratio	8,157	1	,004		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	8,798	1	,003		
N of Valid Cases	200				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10,56.

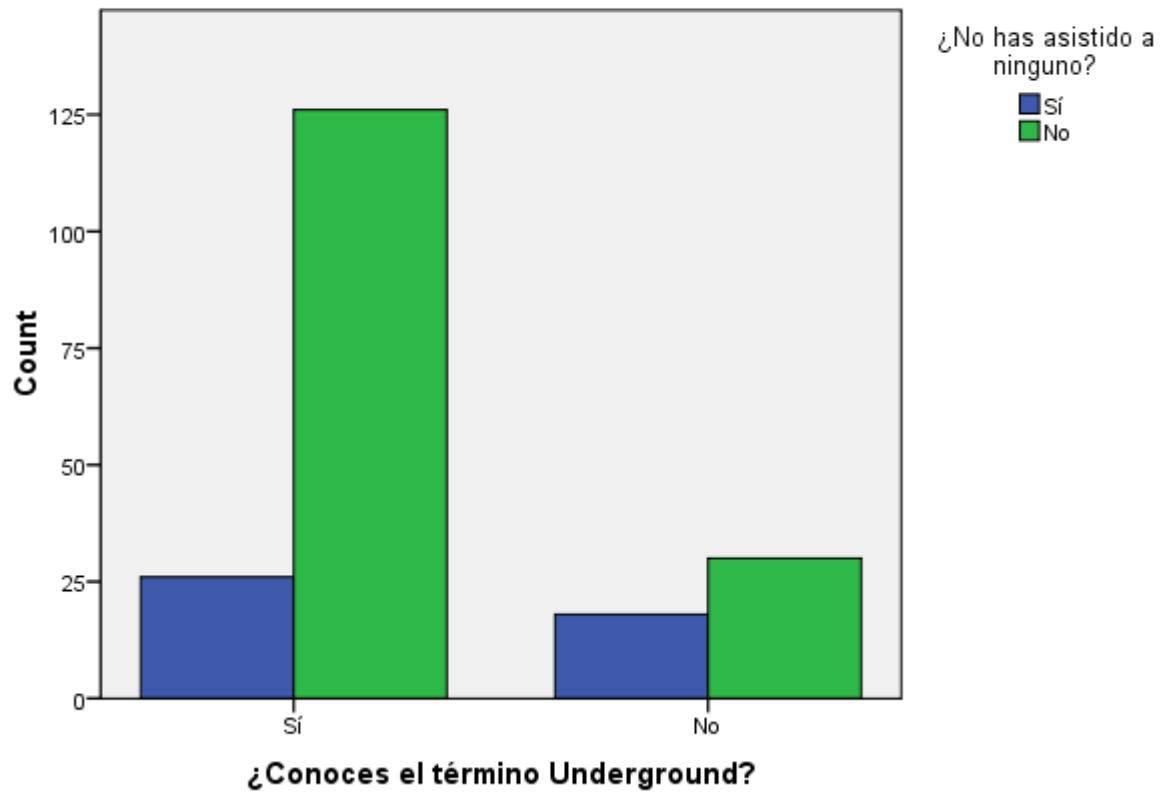
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,206	,003
	N of Valid Cases	200	

ANEXOS O

Bar Chart



ANEXOS P

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
¿Conoces el término Underground? * ¿Te identificas con este estilo?	90	100,0%	0	,0%	90	100,0%
¿Conoces el término Underground? * ¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?	90	100,0%	0	,0%	90	100,0%
¿Conoces el término Underground? * ¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?	90	100,0%	0	,0%	90	100,0%
¿Conoces el término Underground? * ¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?	90	100,0%	0	,0%	90	100,0%
¿Conoces el término Underground? * ¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?	90	100,0%	0	,0%	90	100,0%
¿Conoces el término Underground? * ¿No has asistido a ninguno?	90	100,0%	0	,0%	90	100,0%

¿Conoces el término Underground? * ¿Te identificas con este estilo?

Crosstab

Count

		¿Te identificas con este estilo?		Total
		Sí	No	
¿Conoces el término Underground?	Sí	12	39	51
	No	14	25	39
	Total	26	64	90

ANEXOS P

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,646 ^a	1	,200		
Continuity Correction ^b	1,099	1	,295		
Likelihood Ratio	1,637	1	,201		
Fisher's Exact Test				,244	,147
Linear-by-Linear Association	1,627	1	,202		
N of Valid Cases	90				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11,27.

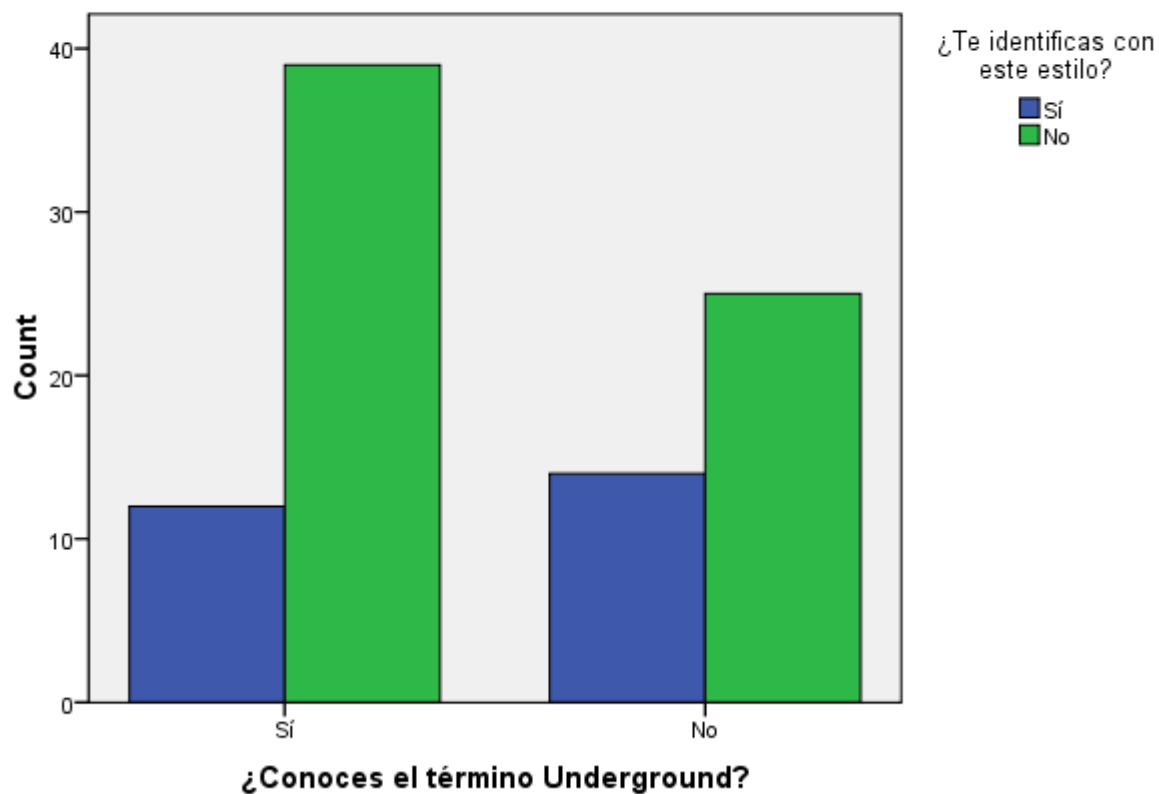
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,134	,200
N of Valid Cases	90	

ANEXOS P

Bar Chart



¿Conoces el término Underground? * ¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?

Crosstab

		¿Has asistido a "Por el medio de la calle"?		Total
		Sí	No	
¿Conoces el término Underground?	Sí	38	13	51
	No	20	19	39
	Total	58	32	90

ANEXOS P

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	5,204 ^a	1	,023	,028	,020
Continuity Correction ^b	4,239	1	,039		
Likelihood Ratio	5,206	1	,023		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	5,146	1	,023		
N of Valid Cases	90				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13,87.

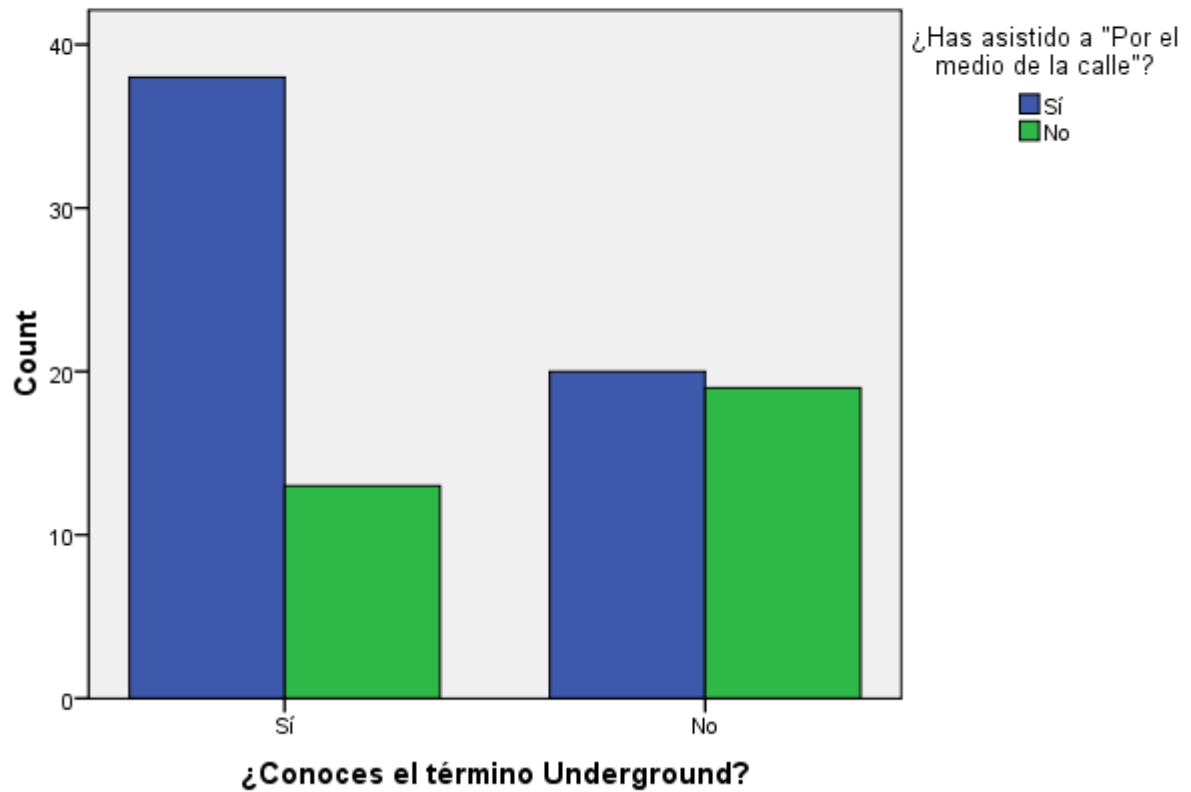
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,234	,023
	N of Valid Cases	90	

ANEXOS P

Bar Chart



¿Conoces el término Underground? * ¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?

Crosstab

		¿Has asistido a "El mercadito de la plaza"?		Total
		Sí	No	
¿Conoces el término Underground?	Sí	31	20	51
	No	11	28	39
	Total	42	48	90

ANEXOS P

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	9,425 ^a	1	,002	,003	,002
Continuity Correction ^b	8,161	1	,004		
Likelihood Ratio	9,656	1	,002		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	9,320	1	,002		
N of Valid Cases	90				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 18,20.

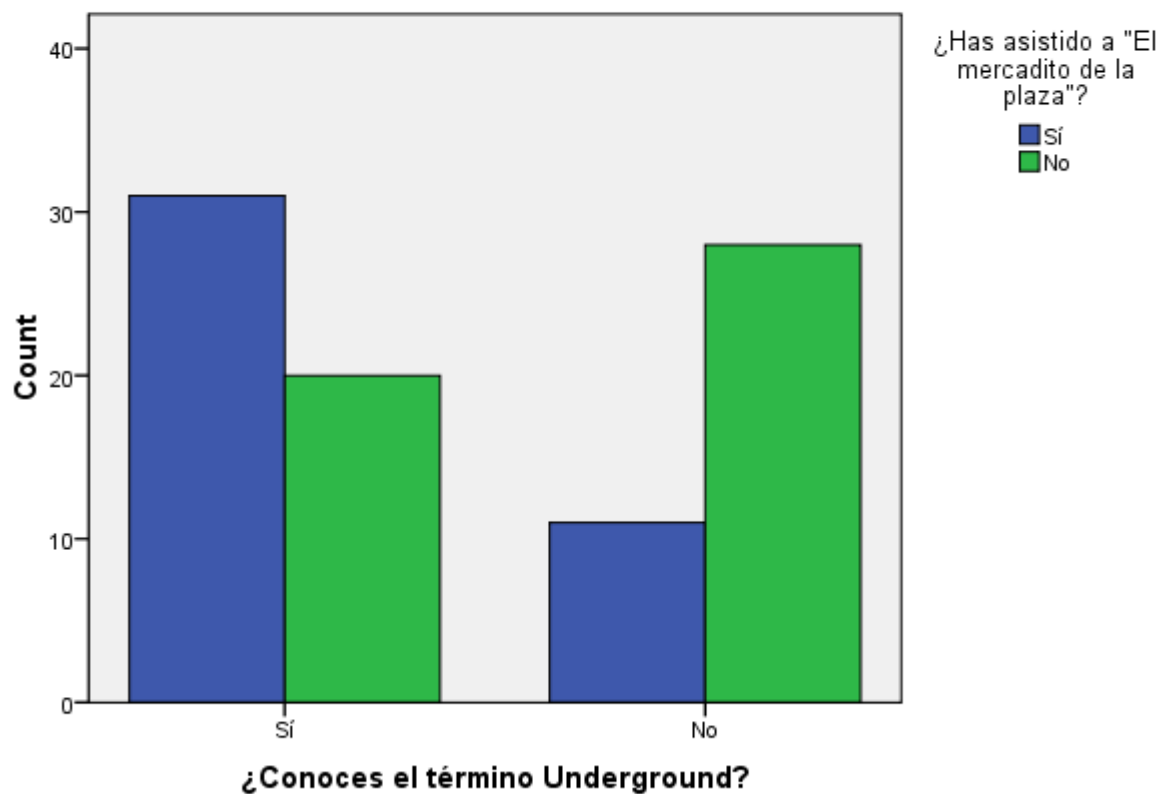
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,308	,002
	N of Valid Cases	90	

ANEXOS P

Bar Chart



¿Conoces el término Underground? * ¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?

Crosstab

		¿Has asistido a "Cooltura Chacao"?		Total
		Sí	No	
¿Conoces el término Underground?	Sí	30	21	51
	No	11	28	39
	Total	41	49	90

ANEXOS P

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	8,353 ^a	1	,004	,005	,003
Continuity Correction ^b	7,165	1	,007		
Likelihood Ratio	8,549	1	,003		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	8,261	1	,004		
N of Valid Cases	90				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 17,77.

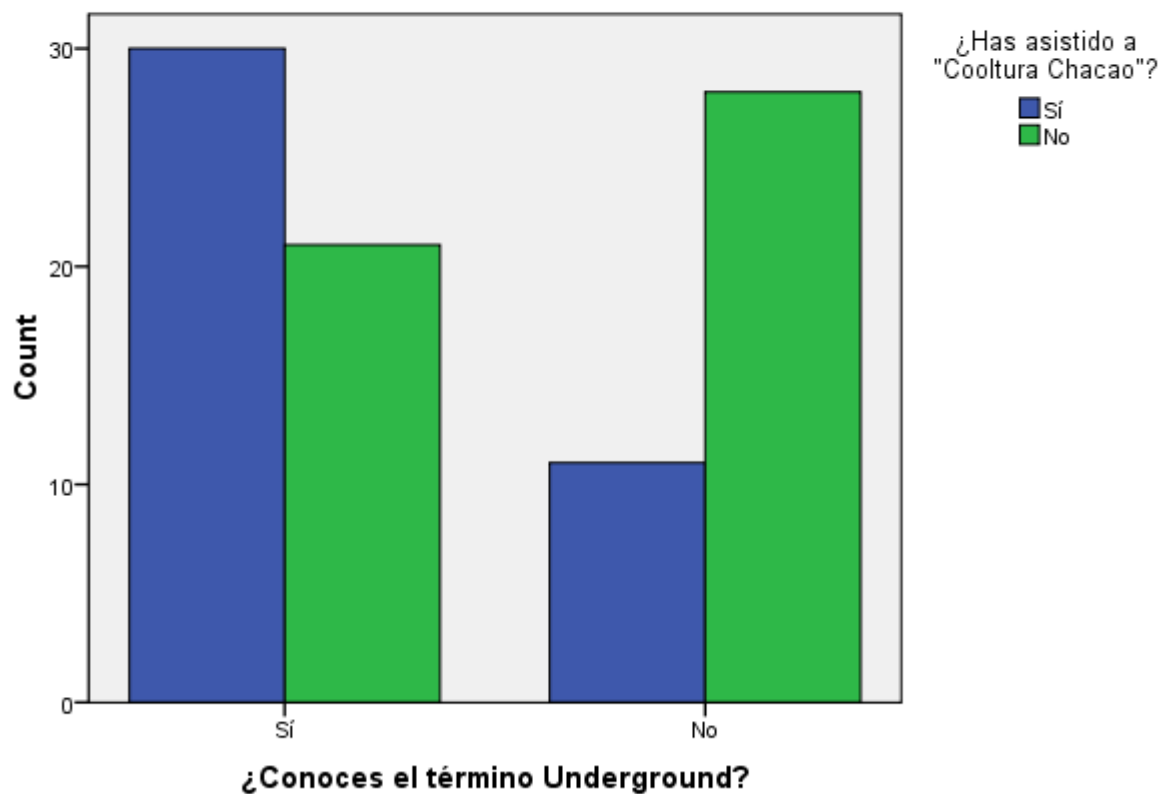
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,291	,004
	N of Valid Cases	90	

ANEXOS P

Bar Chart



¿Conoces el término Underground? * ¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?

Crosstab

		¿Has asistido a "LongBoard Underground Venezuela"?		Total
		Sí	No	
¿Conoces el término Underground?	Sí	8	43	51
	No	7	32	39
	Total	15	75	90

ANEXOS P

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,081 ^a	1	,775	,783	,497
Continuity Correction ^b	,000	1	1,000		
Likelihood Ratio	,081	1	,776		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	,081	1	,777		
N of Valid Cases	90				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6,50.

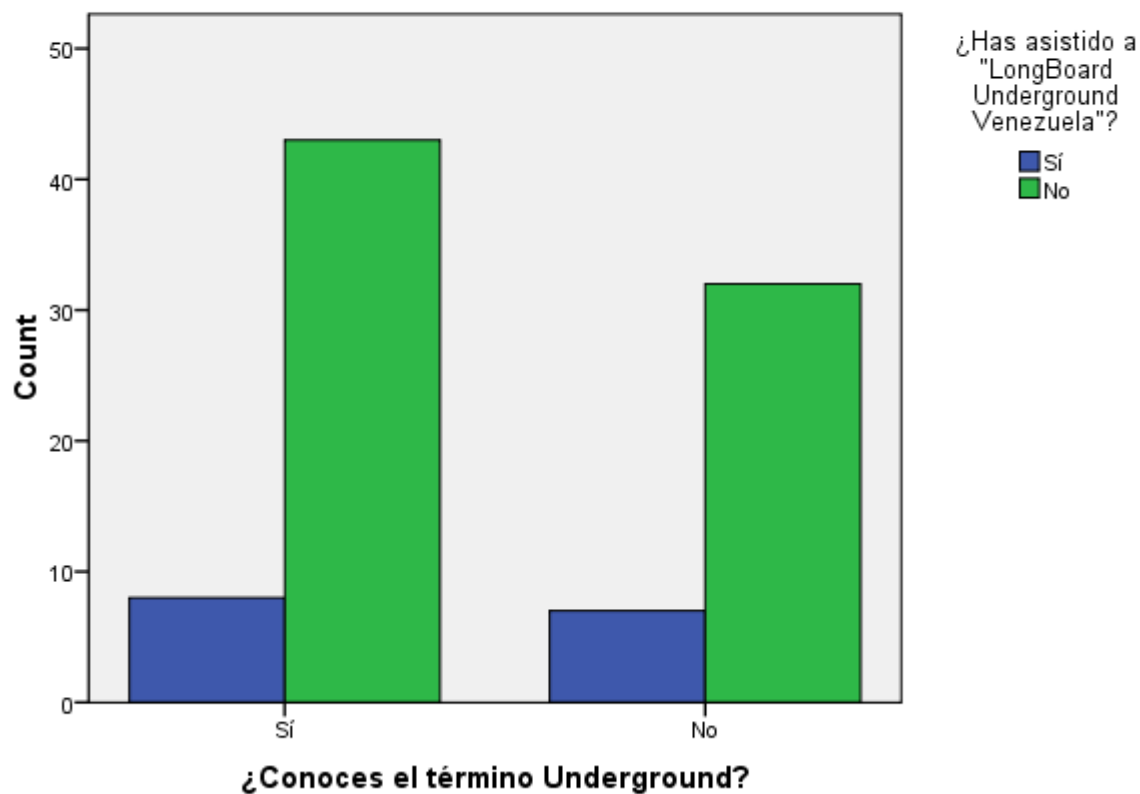
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,030	,775
	N of Valid Cases	90	

ANEXOS P

Bar Chart



¿Conoces el término Underground? * ¿No has asistido a ninguno?

Crosstab

		¿No has asistido a ninguno?		Total
		Sí	No	
¿Conoces el término Underground?	Sí	9	42	51
	No	14	25	39
	Total	23	67	90

Chi-Square Tests

ANEXOS P

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	3,869 ^a	1	,049	,056	,043
Continuity Correction ^b	2,969	1	,085		
Likelihood Ratio	3,852	1	,050		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	3,826	1	,050		
N of Valid Cases	90				

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,97.

b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,203	,049
	N of Valid Cases	90	

ANEXOS P

Bar Chart

